



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU  
*Yhdessä enemmän*

# Asiakastyytyväisyys- ja käyttäjätutkimus turvallisuusalan ohjelmistoyritykselle

Halonen, Rosa

2015 Hyvinkää



Laurea-ammattikorkeakoulu  
Hyvinkää

## Asiakastyytyväisyys- ja käyttäjätutkimus turvallisuusalan ohjelmistoyritykselle

Halonen Rosa  
Liiketalous P2P  
Opinnäytetyö  
Huhtikuu, 2015

Halonen Rosa

**Asiakastyytyväisyys- ja käyttäjätutkimus turvallisuusalan ohjelmistoyritykselle**

Vuosi 2015

Sivumäärä 52

Tämä opinnäytetyö käsittelee tutkimusta, jonka avulla selvitettiin asiakkaiden käyttökoke-  
muksia verkkopalveluista. Tutkimus toteutettiin toimeksiantona turvallisuusalan ohjelmisto-  
yritykselle. Tutkimuksessa keskityttiin yrityksen internetpohjaisiin palveluihin ja niiden käy-  
tettävyyteen. Tutkimus toteutettiin syys-lokakuussa 2014 ja toimeksiantajana toimi yritys,  
joka on erikoistunut organisaatioiden riskienhallintaan.

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada selville, miten asiakkaat kokevat yrityksen verkkopalve-  
lut ja niiden käyttämisen. Tutkimuksen avulla haluttiin saada selville, miten tyytyväisiä asiak-  
kaat ovat palveluihin ja niiden käyttöön. Tutkimuksessa selvitettiin, miten asiakkaat kokevat  
palvelujen käytön ja osaavatko asiakkaat hyödyntää palveluja oikein. Tutkimuksessa kysyttiin  
asiakkaiden toiveita palvelujen kehittämiseen ja mielipiteitä yrityksestä palvelujen tarjoaja-  
na. Tarkoituksena oli selvittää, miten palveluista saadaan kehitettyä käyttäjäystävällisemmät  
ja helpokäyttöisemmät.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys keskittyi kolmeen pääteemaan: asiakastyytyväisyy-  
teen, verkkopalveluihin ja niiden kehittämiseen sekä turvallisuusalaan. Muita teoria-aiheita  
olivat tutkimus, kyselytutkimus ja tutkimuksen tekeminen.

Kyselytutkimus toteutettiin toimeksiantajan asiakkaille puolistrukturoituna puhelinhaastatte-  
luna, jota varten toimeksiantaja kustansi prepaid liittymän. Kyselylomake luotiin Word- ja E-  
lomakemuotoon, mikä helpotti vastausten keruuta. Tulosten keruun jälkeen tehtiin analyysit  
ja päätelmät, joiden perusteella muodostettiin kehitysehdotuksia toimeksiantajan tarjoamien  
palveluiden ja yleisesti liiketoiminnan parantamiseksi.

Tuloksista selvisi, että asiakkaat haluaisivat palveluista yksinkertaisemmat ja helpommat  
käyttää. Palvelut täytyy segmentoida paremmin erilaisille organisaatioille sopiviksi, jolloin  
palveluista saadaan tehtyä sisällöltään tiiviimpiä sekä asiakkaille helpompia ja nopeampia  
käyttää.

Kehitysehdotuksena todettiin, että toimeksiantajan kannattaisi kohdentaa palvelut paremmin  
asiakkailleen sopiviksi esimerkiksi esittämällä tausta- ja tarvekysymyksiä palvelun käyttöä  
aloitettaessa. Toimeksiantajan kannattaa myös panostaa asiakaspalveluun esimerkiksi pitä-  
mällä säännöllisesti yhteyttä puhelimitse. Palvelujen miellyttävyyteen voisi vaikuttaa visuaali-  
silla elementeillä.

Asiasanat: asiakastyytyväisyys, asiakastyytyväisyyden mittaaminen, verkkopalveluiden kehit-  
täminen, käytettävyys, käyttökokemus, yksityinen turvallisuusala

Rosa Halonen

**Customer satisfaction and user survey for security branch`s software company**

Year	2015	Pages	52
------	------	-------	----

---

This thesis is about survey of customers experiences about web services. Survey was implemented on behalf of a security branch`s software company. The concentration points in this survey were the company`s services and the usability of the services. The survey was executed in the fall of 2014 and the client was a company that specializes in organizations risk management.

The objective of this thesis was to find out how the customers experiences companys services and usage of the services. With this survey it was investigated how satisfied customers are with the services and using them. In the survey it was assessed as to what the customers experiences are in relation to the usage of the services and can customers utilize services in the right way. The customer`s wishes were asked in the survey about developing the services and their opinions about the company as the service provider. The purpose was to find out how to develop the services to be more user-friendly and easier to handle.

The theoretical context of this thesis was concentrated to three main themes; customer satisfaction, web services and developing those and also branch security. Other theory subjects were survey, poll and implementing a survey.

The poll was executed as a semi-structured phone interview to the client`s customers and the client paid a prepaid phone connection for this particular purpose. The questionnaire was created in Word and in E-form files, which made it easier to collect the answers. After collecting the results of the survey the analysis and conclusions were made and based on those findings the suggestions for development were formed for the client regarding the services and generally business activity.

The survey was implemented via phone to the client`s customers. The results of the survey were collected and analyzed by using E-form and Excel. Based on analyzing the results the conclusions were made and based on those the developing suggestions were improved.

Based on the survey results the customers want services to be more simple and easier to use. The services must be segmented to fit better to different kind of organizations so that the services content would be more compact and easier and faster to use for customers.

As a development suggestion the client should focus the services so that they fit better for different customers. For example they could ask for some background information and ask questions they thought were necessary at the start when the services were used. The client should also invest in customer service for example the client could keep in touch with the customers regularly via phone. Furthermore the use of visual elements could increase the pleasantness of the services.

Keywords: customer satisfaction, measurement of the customer satisfaction, development of the web services, usability, user experience, private security branch

## Sisällys

1	Johdanto .....	6
2	Asiakastyytyväisyys .....	6
2.1	Asiakastyytyväisyyden mittaaminen .....	7
2.2	Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus .....	9
2.2.1	Tutkimusasetelma .....	10
2.2.2	Mittareiden rakentaminen .....	11
2.2.3	Validiteetti ja reliabiliteetti .....	12
2.2.4	Haastattelu tutkimusmenetelmänä .....	13
3	Verkkopalveluiden kehittäminen .....	14
3.1	Käytettävyys .....	15
3.2	Käyttökokemus .....	17
3.3	Verkkopalvelun suunnitteluprosessi .....	18
3.4	Verkkopalvelun suunnittelu käyttäjäkeskeisesti .....	19
4	Turvallisuusala .....	20
4.1	Yksityinen turvallisuusala .....	21
4.2	Turvallisuus .....	22
4.3	Riskit ja riskienhallinta .....	22
4.3.1	Riskilajeja .....	23
5	Tutkimuksen toteutus .....	24
6	Tulokset .....	26
7	Kehitysehdotukset .....	39
8	Arviointi .....	42
	Lähteet .....	44
	Kuvat .....	46
	Kuviot .....	47
	Taulukot .....	48
	Liitteet .....	49

## 1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää tutkimuksen avulla yrityksen asiakkaiden käyttökokemuksia yrityksen internetpohjaisista ohjelmistopalveluista. Tutkimuksen avulla haluttiin saada selville, miten ja miksi asiakkaat käyttävät palveluja sekä osaavatko asiakkaat hyödyntää palveluja oikein. Toimeksiantajan pyynnöstä yrityksen palveluihin tai liiketoimintaan liittyviin asioihin ei perehdytä yksityiskohtaisesti. Palveluita käsitellään yleisellä tasolla Tutkimuksen toteutus-luvun alussa. Toimeksiantajan nimi ja palvelujen nimet on muutettu. Alkuperäinen tulosraportti ei ole liitteenä salassapitosyistä.

Toimeksiantajana ja yhteistyökumppanina tutkimukselle toimi turvallisuusalan yritys, joka on erikoistunut organisaatioiden riskienhallintaan. Yritys on aloittanut liiketoimintansa 90-luvun lopulla ja sen päätoimipiste sijaitsee Uudellamaalla. Yritys tarjoaa internetpohjaisia ohjelmistopalveluja organisaatioille. Palvelut ohjeistavat ja auttavat organisaatiota eri alueiden riskienhallinnassa. Ohjelma tekee annettujen tietojen pohjalta raportin asiakasorganisaation sen hetkisestä riskienhallinnan tilasta. Yritys tarjoaa myös konsultointiapua turvallisuus- ja riskienhallinta-asioissa.

Tutkimustulosten perusteella tehtiin kehitysehdotuksia palvelujen kehittämiseen sekä yleisesti yrityksen liiketoiminnan kehittämistä varten. Kehitysehdotuksien tarkoituksena oli auttaa yritystä kehittämään palveluista helppokäyttöisemmät ja käyttäjäystävällisemmät. Tutkimus oli ensimmäinen tälle yritykselle koskaan tehty.

Opinnäytetyön ja tutkimuksen teoreettisen pohjan aiheita ovat asiakastyytyväisyys, verkkopalvelut, turvallisuusala ja tutkimus. Tutkimuksen kannalta oli oleellista perehtyä myös verkkopalveluiden kehittämiseen, riskienhallintaan ja kyselytutkimuksen tekemiseen puhelinhaastatteluna. Kyselytutkimuksen vastausten keruu tapahtui syys-lokakuussa 2014. Opinnäytetyön ohjaajana toimi Tero Uusitalo.

## 2 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyyden määritelmiä on monia, mutta ne kaikki jakautuvat pääosin kahteen erillaiseen käsitykseen. Toinen käsitys on se, että asiakastyytyväisyys otaksutaan kumulatiivisena asiana eli tunteena. Ja toinen käsitys siitä otaksutaan transaktiokohtaisena ilmiönä, mikä tarkoittaa hyötyihin ja uhrauksiin perustuvaa kognitiivista arviointia. (Paavola 2006, 53-54.)

Asiakastyytyväisyys voidaan jakaa kahteen eri käsitteeseen, asiakasuskollisuuteen ja sitoutumiseen. Asiakastyytyväisyyttä tutkittaessa on havaittu, että asiakkaat voivat helposti vaihtaa palvelun tarjoajaa paremman tarjouksen vuoksi, vaikka ovat arvioineet tyytyväisyytensä tasolle 4 asteikolla 1-5 nykyisen palvelun tarjoajan asiakkaina. Asiakasuskollisuus samaa palve-

lun tarjoajaa kohtaan viittaa uusintaostoihin ja sitoutuminen taas viittaa asiakkaan omiin mieltymyksiin. Asiakkaan uskollisuuteen vaikuttavia tekijöitä ovat yleinen tyytyväisyys, halukkuus ostaa uudelleen, suosittelu muille ja palvelun tarjoajan puolesta puhuminen. (Viitala & Jylhä 2010, 93.)

Asiakastyytyväisyyden määritelmiä ohjaa sen ajallinen kokeminen, ostopäätöstilanne tai sen jälkeinen käyttötilanne. Asiakastyytyväisyys liittyy läheisesti asiakasuskollisuuteen, kuten luottamus ja sitoutuminenkin. Tällaisen uskollisuuden saavuttamiseksi näiden hetkellisten tyytyväisyyskokemusten on oltava kumulatiivisia ja toistuvia. Ostopäätöksen jälkeiseen asiakkaan kokemaan tunnetilaan kuuluu tyytyväisyys silloin, jos tuote vastaa asiakkaan odotuksia. Tähän tunnetilaan liittyvät myös uutuudenviehätys, yllätys, nautinto ja helpotus, jos tuotteen suorituskyky kohtaa tai ylittää odotukset. Nämä tunnetilat kuvaavat sitä tunnetta, minkä asiakas kokee arvioitaessa asiakkaan odotuksia, joita sitten vertaillaan ostetusta tuotteesta saatuihin kokemuksiin ja hyötyihin: vastaavatko odotukset saatuja kokemuksia vai ei? Asiakastyytyväisyyden voi ajatella kokonaisvaltaisena ja aktiivisena, koko ajan kehittyvänä ominaisuutena, johon vaikuttavat myös sosiaalinen konteksti, suhde ja jatkuvuus. Sosiaalinen konteksti tarkoittaa esimerkiksi muiden asiakkaiden olemassa oloa; luotettavuus kasvaa, jos yrityksellä on paljon asiakkaita tai hyvämaineisia, suuria yhteistyökumppaneita. (Paavola 2006, 53-54.) Tässä opinnäytetyössä keskityn jo olemassa oleviin asiakkaisiin, jotka ovat ostopäätöksensä jo tehneet. Tutkin siis asiakkaiden tyytyväisyyttä palvelun käyttötilanteessa. Tutkimuksen avulla aion selvittää, miten asiakkaat kokevat palvelujen käytön ja palvelun tarjoajan. Selvitän myös sen, vastaako palvelu heidän odotuksiaan ja jos ei, niin mitä he tuotteelta toivovat.

## 2.1 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

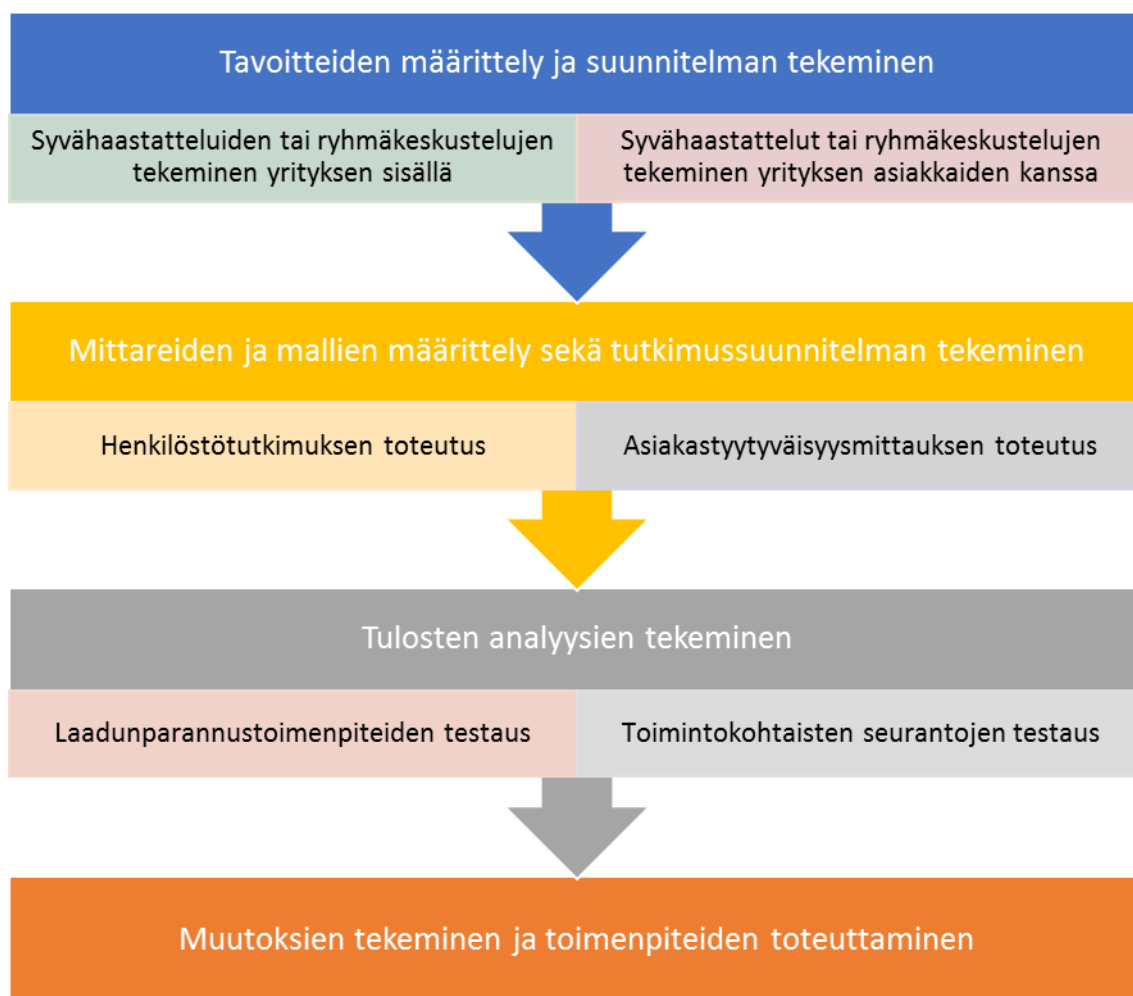
Asiakastyytyväisyydsmittaukset perustuvat tavallisesti asiakkaiden odotusten ja kokemusten välisiin vertailuihin. Kyse on siitä, kohtaavatko asiakkaan odotukset tuotteen todelliset ominaisuudet. Asiakastyytyväisyyttä arvioitaessa tämä mittausmenetelmä on kyseenalaistettava. Pohdittaessa pitkäkestoisempaa asiakassuhdetta asiakkaan yllättäminen ja odotuksiin vastaaminen on mahdotonta, kun asiakkaan odotusten kohtaaminen tapahtuu toistuvasti. Yrityksen olisi keksittävä jokaiseen asiakaskohtaamiseen jotain mullistavaa. Tähän ajatusmalliin hankaluutta tuo myös se, että asiakastyytyväisyyteen liittyy monia eri tekijöitä ja se, että asiakkaiden kokemukset, oletukset ja odotukset eri asioita kohtaan ovat hyvin erilaisia. Asiakkaiden vaatimusten vaihtelevuutta selittää esimerkiksi se, millaiseen palveluun he ovat tottuneita, miten he mieluiten pitävät yhteyttä palvelun tarjoajaan ja mitä he tuotteelta haluavat. Kun tuote ei vastaa asiakkaan odotuksia, tilanne johtaa suoraan tyytymättömyyteen. Tämä käsitys ei kuitenkaan pidä paikkaansa. Asiakastyytyväisyydsmittauksia kritisoidaan myös siksi, että asiakkaiden ajatellaan itse arvioivan laatua ja omaa tyytyväisyyttään, johon tunteilla ei ole vai-

kutusta. Tämäkään ei pidä paikkaansa. Asiakkaan tunteilla on suuri merkitys eri kohtaamisissa. Tämän vuoksi kehitteillä on mittareita, joilla mitataan asiakkaiden tunteita eli toisin sanoen affektiivista asiakastyytyväisyyttä. (Storbacka & Lehtinen 2002, 100-102.)

Tunteiden merkitys asiakassuhteissa voi näkyä voimakkaasti. Asiakkaiden kokemus tuotteesta ei aina vaikuta tyytyväisyyteen millään tavalla. Esimerkiksi pitkäaikainen asiakas saattaa olla tyytymätön johonkin osa-alueeseen, mutta tämä ei välttämättä johda aikomukseen irtisanoa suhdetta. Osalla asiakkaista voi olla eräänlainen velvollisuudentunne jatkaa suhdetta ja luottaa siihen, että parannuksia tulee, mikä myös selittää tunteiden vaikutuksen. Asiakkaiden erilaiset odotukset tuotteen ja palvelun laadusta voivat olla hyvin toisistaan poikkeavia. Samaa palvelua käyttävistä asiakkaista löytyy usein ääripäät: hyvin tyytyväiset ja hyvin tyytymättömät. (Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 136.)

Kuvassa 1 havainnollistetaan asiakastyytyväisyyden mittausprosessia. Aluksi asetetaan tavoitteet ja tehdään suunnitelma. Sen jälkeen lähdetään suorittamaan esitutkimusta, jossa selvitetään yrityksen oman henkilöstön ja yrityksen asiakkaiden käsityksiä tyytyväisyydestä ja siihen vaikuttavista tekijöistä. Tämän jälkeen suoritetaan varsinainen mittaus, jota esitutkimuksesta saadut tiedot täydentävät. Koko prosessin ajan käynnissä on rinnakkaisia vaiheita. Mittausten analyysien jälkeen muutokset ja toimenpiteet toteutetaan. Tämän jälkeen kerätään palaute prosessista ja sen tuloksista ja toistetaan sama kaava uudelleen. Tällaisella aktiivisella seurannalla pyritään takaamaan kehitys. (Lotti 2001, 68-69.)





Kuva 1: Asiakastytyväisyyden mittausprosessi (Lotti 2001, 69.)

## 2.2 Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus

Tutkimus on suunnitelmallinen ja tavoitteellinen prosessi, joka sisältää monta eri vaihetta. Tutkimus on myös oppimisprosessi. Vaiheet voi karkeasti jakaa neljään aiheeseen, jotka ovat aiheeseen perehtyminen, suunnitelman laadinta, toteutus ja raportointi. Tutkimusprosessin voi kuvata monella eri tavalla riippuen tutkijasta ja tutkimuksesta. Tutkimus voidaan määritellä esimerkiksi sykliseksi ja joustavaksi prosessiksi, jolla ei ole määrättyä alkupistettä. (Aaltola & Valli 2010, 70.)

Tällainen vapaamuotoinen ja muuttuva näkemys sisältää kuitenkin aiheen valinnan, metodin pohdinnan, kirjallisuuden lukemisen, aineiston keruun, aineiston analysoinnin ja kirjoittamisen vaiheet. Tätä näkemystä kutsutaan tutkimuspiraaliksi, jossa tutkimus ei etene kaavamaisesti, vaan tutkija saa itse vaihdella järjestystä. Tällainen avoin tutkimusnäkökulma soveltuu, kun kyseessä on laadullinen tutkimus ja tutkitaan ihmistä. Tutkijan on tarkoitus ymmärtää tutkittavan käytöstä eri tilanteissa tai ymmärtää tutkittavien näkemystä johonkin ilmiöön se-

kä motiiveja tutkittavien mielipiteisiin. Tämän näkemyksen vastakohtana on näkemys, jossa tutkimusprosessi jaetaan viiteen eri vaiheeseen (kuva 2), jotka etenevät määritetysti. Ensimmäisenä valitaan aihe, sitten kerätään tieto ja arvioidaan se. Tämän jälkeen järjestellään tulokset, muistiinpanot ja ideat ja lopuksi kirjoitetaan raportti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 14, 63.)



Kuva 2: Tutkimusprosessin viisi tarkennettua vaihetta (Hirsjärvi, Remes & Saja-vaara 2009, 64.)

### 2.2.1 Tutkimusasetelma

Tutkimusasetelma ja tutkimussuunnitelma ovat kaksi eri käsitettä, mutta sisällöltään ne muistuttavat toisiaan. Tutkimussuunnitelma on enemmänkin kuvaus tutkimuksen etenemisestä, tutkimuksen aikataulusta. Suunnitelmassa kuvataan sitä, mitä ja miksi tutkitaan. Siinä kuvataan myös aineiston valinta, mittareiden laadinta, aineiston analysointi ja raportointi. Tutkimusasetelma tarkoittaa kuvausta siitä, millä järjestelyillä tutkimus toteutetaan ja miten tut-

kimuksen vaihtelevuutta kontrolloidaan. Tutkimusasetelma sisältää kuvaukset siitä, mikä tutkimus on: laboratorio vai kenttäkoe, missä aikaulottuvuudessa se tehdään, mikä on otantana ja onko tutkimus validi. Aikaulottuvuuteen liittyy kaksi asiaa: onko tutkimus pitkittäinen eli toistuvasti toteutettava vai poikittainen eli ensimmäistä kertaa toteutettu, sekä se, onko tutkimus retrospektiivinen eli jälkikäteen arvioitu vai prospektiivinen eli eteenpäin arvioitu. Tutkimuksen validiteetti määritellään sen mukaan, onko tutkimuksessa mitattu ja tutkittu oikeita asioita. (Metsämuuronen 2009, 59.) Tässä tutkimuksessa kyse oli kenttätutkimuksesta, sillä asiakkaisiin otettiin suora yhteys puhelimitse. Kyseessä oli jälkikäteen arvioitu poikittaistutkimus, sillä aiempaa tutkimusta ei ollut tehty.

Tutkimukseen osallistuvat henkilöt voidaan valita joko satunnaisesti tai suunnitellusti. Satunnaisotannassa tutkija ja tutkittava eivät kumpikaan vaikuta osallistumiseen, vaan tutkittavat määräytyvät sattumalta. Satunnaisotanta on parempi, sillä sattumalta mukaan tulleet havainnot lisäävät tutkimuksen validiteettia, luotettavuutta. Joskus on kuitenkin tarpeellista valita perusjoukko tutkittavaksi, jolloin puhutaan kokonaistutkimuksesta. Tähän päädytään yleisesti kahdesta syystä, jotka liittyvät tutkijan omaan mielenkiintoon joko siksi, että joukko on helppo kasata kokoon eli saatavuus syistä tai sitten halusta tutkia tutkimukselle oleellisia henkilöitä eli harkinnallisista syistä. Otantatavat vaihtelevat sen mukaan, kuinka suuri joukko tutkittavia on kyseessä ja mitä tutkitaan. (Metsämuuronen 2006, 53.) Tutkimuksessa käytettiin systemaattista otantaa, sillä se soveltuu menetelmäksi, kun kyseessä on valmis lista henkilöistä eli yleisesti tunnistettava sisäinen järjestys. Otanta koostui yrityksen asiakkaista, jotka käytiin läpi aakkosjärjestyksessä. Jokaisella asiakkaalla oli siis yhtä suuri mahdollisuus osallistua kyselytutkimukseen.

## 2.2.2 Mittareiden rakentaminen

Mittari tarkoittaa mittavälinettä, esimerkiksi koko testipatteristoa, jonka avulla saadaan tietoa tutkittavasta aiheesta. Mittari voi myös tarkoittaa yksittäistä testiä tai osamittaria, joka on irrotettu laajemmasta mittaristosta. (Metsämuuronen 2006, 59.) Periaatteessa mittari voi siis olla yksi kysymys, mutta usein se kuitenkin koostuu useammasta osasta tai osiosta. Osiolla voidaan tarkoittaa yksittäistä kysymystä tai väitettä. Mittari on näiden osioiden kokonaisuus. (Vehkalahti 2008, 23.) Pyrkimyksenä on luoda mittari siten, että sitä voidaan käyttää ilmiön objektiiviseen havainnointiin. Mittari rakennetaan harkitusti kuudessa eri vaiheessa, jotka ovat raakaversio, kollegoiden korjausehdotukset, korjaukset, mittarin tarkentaminen, esitutkimus ja lopulliset korjaukset. (Metsämuuronen 2006, 59-60.) Tutkimuksen mittareita luotaessa oli tärkeää, että perehdyin palveluiden käyttöön ensikertalaisena. Tutkimustyötä tein aluksi teoreettiselta pohjalta, mutta pääsin myös käytännössä kokeilemaan palvelujen käyttöä ja toimivuutta. Tällä tavalla sain tehtyä mittareista eli kysymyksistä mahdollisimman tarkkoja.

Mittareiden rakentaminen pohjautuu teoriaan, eli etsitään kaikki oleellinen tieto ilmiöstä ja pureudutaan keskeisiin käsitteisiin, minkä jälkeen pohditaan niiden operationalisoinnin avulla mittareita. Alustavasti tutkija itse tarkastelee ja pohtii mittareita kriittisesti eri näkökulmista ja sen jälkeen esittelee ne esimerkiksi kollegoille. Pilottitutkimus eli esitutkimus kannattaa myös suorittaa asiantuntijan hyväksynnän jälkeen, jos tutkimus luokitellaan erittäin tärkeäksi. Tutkimuksen luotettavuuteen ja siihen vaikuttaviin tekijöihin kannattaa perehtyä jo ennen tutkimuksen toteutusta tai viimeistään siinä vaiheessa, kun raportoidaan. (Metsämuuronen 2008, 62-63.)

Mittareiden rakentamisessa kannattaa keskittyä mittaamaan asioita, jotka ovat ratkaisevan tärkeitä. Usein sorrutaan kuitenkin mittaamaan asioita, joista on helppo kerätä tietoja, eikä niitä tietoja hyödynnetä. Kerätyillä tiedoilla ei ole merkitystä, jos niiden perusteella ei tehdä muutoksia ja parannuksia. Mittareita koottaessa tärkeintä on oikeiden asioiden mittaaminen ja melkein yhtä tärkeää on näiden mittareiden avulla saatujen tietojen käyttö, sillä tutkimuksesta ja mittauksista saatujen tietojen on johdettava muutoksiin organisaatiossa. Tutkimustyö ja oikeiden mittareiden käyttäminen on turhaa, jollei yritys siirrä oppimaansa operatiiviselle tasolle, ainakin osittain. (Storbacka, Blomqvist, Dahl & Haeger 2003, 146-147.)

### 2.2.3 Validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksen validiteetti tarkoittaa tutkimuksen luotettavuutta eli sitä, tutkitaanko oikeaa asiaa. Validiteetti jaetaan sisäiseen ja ulkoiseen. Tutkimuksen ulkoisella validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen yleistettävyyttä eri ryhmiin. Tutkimuksen sisäinen validiteetti tarkoittaa itse tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksen sisäiseen validiteettiin vaikuttavat käsitteiden, teorioiden ja mittareiden oikeat valinnat sekä myös se, mitataanko mittareilla oikeita asioita ja onko mittaustilanteissa luotettavuutta alentavat tekijät minimoitu. Tutkimuksen validiteettia voidaan lisätä karsimalla luotettavuutta vähentävät tekijät pois ja validiteettiin vaikutetaan positiivisesti myös hyvällä asetelmalla, oikeilla käsitteillä, oikeilla teorioilla sekä otannalla. Tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä arvioitaessa esille nousee myös tutkimuksen reliabiliteetti, joka tarkoittaa tutkimuksen toistettavuutta eli ei-sattumanvaraisten tulosten saantia tutkimuksesta. Myös mittareiden luotettavuutta kuvaillaan validiteetilla ja reliabiliteetilla, jotka molemmat tarkoittavat luotettavuutta, reliabiliteetti tutkimuksen toistettavuuden kannalta ja validiteetti tutkimuksessa oikean asian mittaamisen kannalta. (Hirsjärvi & Remes 2009, 231.) Tässä tapauksessa aiempia tutkimuksia ei ollut tehty, eivätkä resurssit olisi riittäneet henkilöiden kahteen tutkimuskertaan. Siksi tutkimuksessa reliabiliteettia pyrittiin parantamaan siten, että samoja mittareita voidaan käyttää tulevaisuudessa vastaavanlaisessa tutkimuksessa.

Tutkimuksen luotettavuus on täysin riippuvainen mittareiden luotettavuudesta. Mittari on reliabeli silloin, kun esimerkiksi samaa ilmiötä mitattaisiin moneen kertaan samalla mittarilla ja vastaukset olisivat eri kerroilla miltei samanlaisia. Mittari on validi silloin, kun mitataan oikeaa asiaa; vastaavatko mittarilla saadut tiedot tutkimusongelmaan tai kysymykseen vai eivät. Validiteetti jaetaan sisäiseen ja ulkoiseen, jolloin ulkoinen tarkoittaa tutkimuksen yleistettävyyttä ja sisäinen validiteetti viittaa itse tutkimuksen sisältöön. Sisäinen validiteetti voidaan jakaa kolmeen käsitteeseen, jotka ovat sisällön validiteetti, käsitevaliditeetti ja kriteerivaliditeetti. Sisällön validiteettia tarkasteltaessa keskitytään siihen, ovatko teoriassa ja koko tutkimuksessa käytetyt käsitteet oleellisia teorian kannalta, ovatko ne tarpeeksi kattavia selittämään tutkittavaa ilmiötä ja onko ne oikein operationalisoitu, perustellusti valittu. Käsitevaliditeetti on syvällisempi kuin edellinen, ja siinä keskitytään yksittäiseen käsitteeseen ja sen operationalisointiin. Tämä tarkoittaa periaatteessa sitä, että mittareiden, kysymysten taustalla olevien käsitteiden on korreloitava keskenään paremmin kuin muiden muuttujien. Esimerkiksi niiden kysymyksien, jotka mittaavat kognitiivisia motiiveja, on oltava yhteydessä toisiinsa, vuorovaikutuksessa. Kriteerivaliditeettia mitataan vertailemalla mittarilla saatua arvoa johonkin toiseen arvoon, joka on todettu validiuden kriteeriksi. Tällainen kriteeriarvo voi olla esimerkiksi jokin tilastollinen luku. (Metsämuuronen 2006, 66-68.) Tässä tutkimuksessa mittareiden reliabiliteetti selviää sitten, jos tutkimus toistetaan, sillä tämä oli ensimmäinen. Tutkimusongelmana oli se, osaavatko asiakkaat hyödyntää yrityksen palveluja oikein. Tutkimuksen avulla haluttiin vastaus siihen, miten asiakkaat kokevat palveluiden käytön. Näihin kysymyksiin saatiin vastaukset ja vastauksien lisäksi syyt asioille.

#### 2.2.4 Haastattelu tutkimusmenetelmänä

Haastattelun tekemiseen on monia eri tapoja ja tekniikoita, jotka kaikki ovat hyvin erilaisia. Pääpiirteittäin haastattelut voidaan kuitenkin rajata yksilö- tai ryhmähaastatteluun kasvoista kasvoihin, postitettuun tai paikan päällä kerättyyn lomakehaastatteluun sekä puhelimitse tehtyyn haastatteluun. Eräs haastattelun etu ja samalla haaste on se, että se voi kestää niin kauan, kuin tutkijan mielestä se on tarpeen tutkittavan asian kannalta. (Metsämuuronen 2008, 231-233.) Yksi haastattelun eduista on myös sen joustavuus. Haastattelussa käsiteltäviä aiheita, niiden järjestystä ja suuntaa voidaan muuttaa tilanteen mukaan. Haastattelussa ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa, jolloin tutkittavasta asiasta saadaan enemmän irti. Vastauksien lisäksi selville saadaan enemmän ja syvällisempiä asioita, kuten motiiveja vastauksiin ja mielipiteisiin. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 34-35.) Kaikkia tutkimushaastatteluja yhdistää kuitenkin asetelma haastattelijan ja haastateltavan välillä. Tämä asetelma rakentuu haastattelijan esittämien kysymysten ja haastateltavan antamien vastaus-ten perusteella. Kun molemmat ovat mukana keskustelussa ja toimivat odotusten mukaan, eli haastattelijalla on oikeus kysyä ja haastateltavalla velvollisuus vastata, he yhdessä saavat aikaan haastattelutilanteen. (Ruusuvuori, Nikander & Hyvärinen 2010, 269.)

Teemahaastattelu on yksi haastattelutekniikoista ja se tarkoittaa puolistrukturoitua haastattelua, jossa haastattelun teemat ovat ennalta määritetyt, mutta esittämisyjärjestys ja kysymysten muoto voivat muuttua haastattelun aikana. Teemahaastattelu sopii tutkimustilanteisiin, joissa halutaan selvittää jotakin miltei tiedostamatonta tai aihe on muuten arka, esimerkiksi tutkittaessa haastateltavan arvostuksia, mielipiteitä ja perusteluja. (Metsämuuronen 2008, 235.) Yksi haastattelun eduista on se, että se muistuttaa tavallista spontaania keskustelua, mutta tällöin keskustelulla on kuitenkin päämäärä. Haastattelijan tehtävänä on kannustaa haastateltavaa vastaamaan kysymyksiin ja ohjata keskustelua näihin ennalta valittuihin teemoihin. (Ruusuvaori & Tiittula 2005, 23.)

Puhelinhaastattelu on tehokas tapa kerätä aineistoa tutkimusta varten, sillä menetelmä on joustava ja nopea sekä puhelimitse tavoitetaan liikkuvat ihmiset parhaiten. Puhelimitse suoritettava haastattelu kannattaa tehdä rauhassa. Asiat on esitettävä selkeästi ja lyhyesti, mutta ei kiirehtien. Haastattelun aikana aiheesta voi poiketa hetkellisesti, jos se on keskustelun ilmapiiirin kannalta kannattavaa, mutta asiallisuus on kuitenkin pidettävä mielessä. Puhelinhaastattelu pysyy sujuvana, kun kysymykset ovat lyhyitä ja haastateltavalle annetaan valmiita vastausvaihtoehtoja. Pitkiä luetteloita ei kuitenkaan kannata käyttää. Puhelinhaastattelua suunniteltaessa potentiaalisten vastaajien tavoittamiseen on varattava aikaa. Vaikka haastattelu itsessään ei olisi pitkä, niin kohdehenkilöitä joutuu usein tavoittelemaan moneen kertaan. (Lotti 2001, 137-139.)

### 3 Verkkopalveluiden kehittäminen

Verkkopalvelut tarkoittavat verkossa olevaa palvelusovellusten tarjontaa, joiden käyttäminen tuo käyttäjälleen lisäarvoa jollakin tapaa. Verkkopalvelut ovat palveluita, joita voi jakaa, tuottaa tai käyttää verkossa tai sen välityksellä. HyötYPalveluja ovat ne, joita käytetään tiedon välitykseen, ostoksien tekemiseen, kommunikointiin, vaikuttamiseen tai muuhun asiointiin. Viihde- ja elämyspalveluihin kuuluvat kaikki peli-, yhteisö-, video- ja musiikkisivustot. Verkkopalvelut ovat omanlaisiaan, uusia palveluita, jotka täydentävät vanhoja palveluita tai korvaavat ne kokonaan. Fyysinen toimintaympäristö on muuntautunut konkreettisista tuotteista ja palveluista aineettomiksi palveluiksi ja bittivirroiksi. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 25.)

Verkkopalvelun sisältö voi olla staattinen, jolloin se ei paljonkaan koskaan muutu ja on kaikille käyttäjille samanlainen. Sisältö voi myös olla dynaaminen, jolloin sisällön tieto muuttuu jatkuvasti joko ylläpitäjän tai käyttäjän toiminnan vaikutuksesta tai käyttökertojen välillä. Verkkosovellus tarkoittaa verkkopalvelua, joka on operatiivinen eli sisällöltään toiminnallinen palvelu, mikä tekee niistä monimutkaisempia ja vuorovaikutteisempia ulkomailmaan nähden

kuin verkkosivustot. Verkkosivustot on enemmänkin tarkoitettu tiedon etsimiseen ja sivustojen tutkimiseen kuin toiminnallisiin tehtäviin. Verkkosivustot kuitenkin sekoittuvat usein verkkosovelluksiin ja usein ne ovat tavallaan molempia, sillä useimmat verkkosovellukset koostuvat sekä informaationsivuista sekä erinäisistä prosesseista. (Sinkkonen ym. 2009, 26.)

Verkkopalveluiden suunnitteleminen käyttäjakeskeisesti lähti liikkeelle 90-luvulla, jolloin verkkopalvelut levisivät ja käytettävyyden käsite omaksuttiin osana palvelujen ja tuotteiden suunnittelua. Tällä hetkellä suurin osa yrityksistä tarjoaa verkkopalveluita jossain muodossa. Enää eivät riitä yrityksen verkkosivut, vaan on tarjottava muitakin palveluja. Yksi syy tähän on se, että palvelut verkossa tulevat yritykselle edullisemmaksi kuin esimerkiksi puhelinpalvelu. Asiakkaita yritetään opettaa pois puhelinpalveluista verkkopalveluihin, joista hyötyy yrityksen lisäksi asiakas, jos vastauksen saa etsittyä verkosta itse. Se säästää molempien aikaa ja rahaa. Verkkotuotteiden käytettävyys on tekijöilleen tärkeintä ensinnäkin kilpailijoiden vuoksi ja myös siksi, että niiden käyttö on täysin vapaaehtoista. Verkkopalvelut on suunniteltava käytöltään mahdollisimman helpoksi, mutta myös houkuttelevaksi. (Sinkkonen ym. 2009, 17.) Verkkopalveluita etsittäessä asiakas voi vertailla eri yritysten tarjoamia palveluita ja pystyy antamaan arvosanan oman kokemuksensa perusteella. Palveluntarjoajaa ei tarvitse enää valita esimerkiksi sijainnin perusteella. Miellyttävyyteen vaikuttaa myös visuaalisuus, mikä usein unohdetaan palveluja suunniteltaessa. Palvelu voi olla hyvä ja helppokäyttöinen, mutta jos se ei houkuta asiakkaita muuten, se ei myy. (Sinkkonen ym. 2009, 18-19.)

Verkkopalvelut tasa-arvoistavat ihmisiä juuri siksi, että sijainnilla ei ole väliä, samaa palvelua saa sekä Helsingissä että Kuopiossa. Yrityksellä ei tarvitse olla montaa toimipistettä ympäri Suomea. Toisaalta verkkopalvelut syrjivät osaa ihmisistä siinä mielessä, että kaikki eivät näitä palveluja osaa hyödyntää. Verkkosivustoja ja -palveluja on osattava käyttää, jotta niistä olisi hyötyä kaikille. Verkkopalvelujen käytettävyyttä on lisätty tekemällä palveluista mahdollisimman helppokäyttöisiä ja lisäämällä ohjeistuksia palvelujen käyttöön. Tällä tavoin yritykset ohjaavat asiakkaitaan siirtymään pelkästään verkkopalvelujen käyttöön. Jos vertaillaan ohjelmistojärjestelmää operatiiviseen, niin suurin ero on inhimilliset virheet. Operatiivisella tasolla ihmisiä voidaan kouluttaa, mutta siitä huolimatta aiheutuu käyttövirheitä. Usein ongelmana onkin se, että käyttäjä keskittyy liikaa järjestelmään ja sen käyttämiseen, vaikka pitäisi keskittyä omiin työtehtäviin. (Paananen 2005, 3-4.)

### 3.1 Käytettävyys

Käytettävyys tarkoittaa menetelmää, jolla käyttäjän ja laitteen välistä toimintaa pyritään tehostamaan sekä saamaan siitä miellyttävämpi kokemus käyttäjän kannalta (Sinkkonen, Kuoppala, Parkkinen & Vastamäki 2006, 17). Käytettävyyden termi voidaan määritellä käyttäjäystävälliseksi varsinkin, kun puhutaan ohjelmistosta, systeemistä tai sovelluksesta. Käytet-

tävyys sisältää monta osa-aluetta, jotka voidaan eritellä neljään. Näitä käytettävyyden ominaisuuksia ovat ymmärrettävyys, vaivattomuus, miellyttävyys esteettisesti ja kattavuus. Ymmärrettävyydellä tarkoitetaan sitä, että käyttäjä ymmärtää sovelluksen käyttötarkoituksen eli sen, mitä sillä voi tehdä ja miten käyttäjä pääsee haluamaansa lopputulokseen. Useimmiten käyttäjä ei osaa etsiä oikeaa ominaisuutta tai toimintoa ongelmansa ratkaisemiseen. Tästä syystä oikeiden termien käyttö on tärkeää. (Wiio 2004, 28-29.)

Käyttäjän ja verkkopalvelun ensimmäinen kohtaaminen on tärkeä ja sitä voi verrata uuden ihmisen tutustumiseen, sillä tämäkin tapahtuma on tunnepitoinen. Käyttäjän ensireaktio verkkopalvelusta muodostuu yleensä visuaalisesta ärsykkeestä, kun käyttäjä avaa palvelun ensimmäistä kertaa. Verkkopalvelu arvioidaan melko nopeasti sen ulkonäön eli visuaalisuuden ja graafisen suunnittelun perusteella. Jos käyttäjä kokee verkkopalvelussa jotakin toimimattontaa tai yllättävää, se aiheuttaa ärsyntyneisyyttä, kun taas tutut ja miellyttävät asiat aiheuttavat turvallisuuden ja mielihyvän tunteita. (Jääskeläinen 2010, 66.)

Sovelluksen ymmärrettävyys ei kuitenkaan takaa sen vaivattomuutta. Vaivattomuus syntyy siitä, että käyttäjä pystyy suoriutumaan tehtävistään sovelluksen avulla mahdollisimman yksinkertaisesti. Kirjoittamisen vaivattomuus riippuu hyvin paljon näppäimistöstä, sen koosta ja loogisuudesta. Sovelluksen jonkin toiminnon vaivalloisuus saattaa vaikuttaa käyttäjien haluttomuuteen käyttää toimintoa. Vaivalloisuus voi johtaa myös siihen, että joitakin toimintoja ei hyödynnetä ollenkaan, koska ne koetaan liian vaivalloisiksi ja aikaa vieviksi. Se taas johtaa taloudellisiin menetyksiin. Tappiota kertyy sovellukseen kehitellyistä ominaisuuksista, joita kukaan ei käytä. Esteettisesti miellyttävä sovellus saa sen käyttäjän kohdistamaan katseensa oikeisiin asioihin. Ei mitään turhia kuvia tai liian silmiinpistäviä värejä tai kuvioita, vaan grafiikaltaan yksinkertaisesti ja hienostuneesti suunniteltu sovellus on mukava käyttää. Graafisella suunnittelulla voidaan viestittää erilaisia asioita esimerkiksi väreillä. Kattava sovellus tarkoittaa sellaista, mikä sisältää kaikki ne toiminnot ja tiedot, joita sovellus tarvitsee selviytyäkseen sille tarkoitetuista tehtävistä. Sovellus on tarpeeksi kattava, kun se täyttää oman tarkoituksensa ja hoitaa sille tarkoitetun tilanteen tai tarpeen. (Wiio 2004, 29.)

Käytettävyyteen liitetään miellyttävyys. Tuotteen tai palvelun on oltava miellyttävä käyttää, käyttäjän on oltava tyytyväinen palveluun. Palvelun ja sitä käyttävän asiakkaan suhteeseen liittyy kuitenkin paljon enemmänkin asioita ja tuotteen tai palvelun on oltava muutakin kuin miellyttävä. Käytettävyyden lisäksi on alettu arvostamaan hyvää käyttökokemusta. Palvelun käytettävyys tarkoittaa käyttölaatua eli yhtä toivottavaa ominaisuutta kokonaisuudesta, kun taas käyttökokemus tarkoittaa kokemuksen laatua, jonka käyttäjä kokee käyttäessään palvelua tai tuotetta. Kokemuksen laadussa on otettava huomioon kaikki ennako-odotukset, tarpeet ja motivaatiot sekä käyttötilanne ja mahdolliset käyttöön liittyvät paineet. Palveluun suhtautumiseen vaikuttavat myös asiakkaan mielikuvat palvelusta, sen tarjoajasta, valmista-



jasta sekä asiakkaan mieliala, odotukset ja luonteenpiirteet. Verkkopalvelusta saadaan hyvä, jos siitä tehdään sopiva näiden ihmisen ominaisuuksien, piirteiden ja tarpeiden kanssa. Verkkopalvelun on oltava käyttäjälle luontevassa järjestyksessä, tehtäviin ja asioihin nähden. Myös toiminallisuuden ja tietosisällön on oltava tehtävien kanssa oikein, sillä kaikki esitystavat ja kontrastit vaikuttavat käyttökokemukseen. (Keränen, Lamberg & Penttinen 2006, 12.)

Palvelun kehittäminen käytettävyydeltään hyväksi edellyttää sisällöltään kahta pääteemaa. Ensinnäkin palvelun pitää sopia tarkoitukseensa. Palvelun on oltava sopiva kohderyhmän käyttäjälle, tehtävään, tilanteeseen ja ympäristöön. Toiseksi sen on sovittava käytettävyydeltään ihmiselle. Verkkopalvelun on oltava hyödyllinen eli sen pitää sopia tilanteeseen ja ympäristöön ja sen on tuotettava virheetön, täydellinen ja tarkka lopputulos. Sen on oltava tehokas eli tehokas mitattuna rahassa, ajassa ja resursseissa sekä tehokas työväline siten, että se on helposti opittavissa. Verkkopalvelun on sovittava ympäristöön, olosuhteisiin, tehtäviin, toimintatapoihin ja käyttäjään. (Sinkkonen ym. 2009, 20-21.)

### 3.2 Käyttökokemus

Käyttökokemus sisältää käytettävyyden, mutta se on käsitteenä laajempi. Käyttökokemukseen sisältyvät käytettävyyden lisäksi palvelun esteettiset ja kokemukselliset ulottuvuudet. (Pyyhtiä, Roponen, Seppä, Relander, Vastamäki, Korpi, Filenius, Sulin & Engberg 2013, 122.) Käyttökokemus tarkoittaa niitä tuntemuksia, joita käyttäjä kokee käyttäessään palvelua. Näihin tuntemuksiin vaikuttavat itse palvelun lisäksi myös käyttötilanne, edelliset kokemukset ja mielipiteet palvelusta ja siihen liittyvistä asioista, kuten tuotteen esille panijasta. Käyttökokemuksen määritelmä on selitetty esimerkiksi niin, että siihen liittyy kolme pääteemaa, joita ovat palvelu, ympäristö ja käyttäjä. Palvelu näkökulmaan liittyy palvelun maine, sisältö, visuaalisuus ja elämyksellisyys. Ympäristöön liittyviä ovat toimimistilanne ja ympäristöpaineet, kuten käyttäjän kokema sosiaalinen paine sekä ympäristön luomat henkiset paineet. Käyttäjän näkökulmasta kokemukseen liittyy mielentila, odotukset, persoonallisuus, tavoitteet, motivaatio ja aiemmat kokemukset. (Sinkkonen ym. 2009, 23-24.)

Käyttökokemuksen voi kuvailla myös täysin erilaisena, sen voi nähdä menneisyyden muistojen ja tulevaisuuden unelmien kohtaamisena nykyhetkessä. Kun kyseessä on verkkosivusto, käyttökokemukseen vaikuttavat eniten sisältö, sen omaksuttavuus ja merkityksellisyys käyttäjälle sekä se, miten helposti asiat on löydettävissä, mitä terminologiaa on käytetty ja minkälainen visuaalinen ilme on. Kun taas kyseessä on verkkopohjainen ohjelmistopalvelu, verkkosovellus, käyttäjän käyttökokemukseen vaikuttaa eniten se, miten hyvin palvelu tukee käyttäjän työtä ja miten hyvin se soveltuu käyttäjän toimintatapoihin ja tehtävien tekemiseen. Paras verkkopalvelu on siis periaatteessa sellainen, jota käyttäjä ei välttämättä edes huomaa ja jolloin hän keskittyy ainoastaan tehtäviensä tekoon eikä palvelun käyttöön. Hyvä käyttökokemus voi-

daan taata hyvällä käytettävyydellä, mutta käytettävyyden määrittely riippuu käyttäjästä. (Sinkkonen ym. 2009, 23-24.)

### 3.3 Verkkopalvelun suunnitteluprosessi

Verkkopalveluja suunniteltaessa käyttäjäkeskeisyys on perusteena varsinaisille menetelmille, joiden avulla palvelut rakennetaan. Ensinnäkin palvelun tulisi olla luonteva käyttää siten, että se tukisi käyttäjän luonnollisia tapoja suorittaa tehtäviään. Tähän avuksi voi hyödyntää käyttäjätutkimusta, jonka avulla saadaan selville, keitä käyttäjät ovat, miten he käyttävät palveluja sekä heidän toimintatapansa. Samalla selvitetään, minkälaisia mahdolliset käyttäjät ovat. Lisäksi voidaan ottaa selvää, miten ja missä he nyt käyttävät vastaavia palveluita ja miten heidät saisi käyttämään organisaation verkkopalveluja. Toinen tärkeä ominaisuus on palvelun navigointi, jonka tulisi olla helppoa ja nopeaa. Navigoinnin tulisi olla selkeä, jotta sen avulla löytää helposti hakemansa asiat. Asioiden löydettävyydessä termistö on tärkeää ja sitä kannattaa testauttaa ulkopuolisilla henkilöillä ennen käyttöönottoa, sillä ihmiset ymmärtävät samat käsitteet hyvin eri tavoin. Palvelun eheyden kannalta olisi hyvin suotavaa, että käyttäjä tietää aina missä on, miten pääsee takaisin päin tai pois sivulta ja mitä muita vaihtoehtoja on etenemisessä tai sivustolla toimimisessa. Tässäkin termistö on ratkaisevaa, sillä kaikki otsikot ja linkkien nimet ovat tärkeitä. Pitää siis huolehtia eri toimintojen näkyvyydestä ja murpoluista eli siitä, että käyttäjä näkee, miten hän on päätenyt mihinkin ja miten pääsee pois. (Sinkkonen ym. 2009, 35-36.)

Palvelun on oltava myös helppokäyttöinen. Helppokäyttöisyyden voi taata tekemällä palveluista prototyyppejä ja testaamalla niitä niin kauan, kunnes ne toimivat moitteesta tai sitten voi teettää asiantuntijalausunnon. Yleisesti kaikkien palveluun liittyvien suunnitteluratkaisujen on oltava johdonmukaisia ja niiden on sulauduttava yhteen toimivaksi kokonaisuudeksi. Palveluja suunniteltaessa on kuitenkin aina muistettava yksinkertaisuus. Pitää olla kaikki tarvittavat toiminnot, mutta ei mitään ylimääräistä ja mieluummin hieman liian vähän kuin liikaa, sillä palvelun on hyvä keskittyä asioihin, joihin se on tarkoitettu käytettäväksi. Liian monitoiminen palvelu vain sekoittaa käyttäjän ajatukset ja vaikeuttaa myös sen ylläpitäjän työkentelyä palvelun kehittäessä. (Sinkkonen ym. 2009, 36-37.)

Tässäkin asiassa voi hyödyntää käyttäjätutkimusta selvittämällä, mitä toimintoja käyttäjät oikeasti tarvitsisivat ja käyttäisivät. Kaikki turha vaikuttaa negatiivisesti palvelun käytettävyyteen sekä kuluttaa aikaa ja rahaa. Käyttäjätutkimuksen yhteydessä voidaan testata käsitekartta eli testata käyttäjien tulkinta eri termeistä, joiden käyttö epäilyttää. Toinen vaihtoehto on käyttää itse valitsemia termejä, mutta selittää ne vaikeimmat. Termeihin voi lisätä pienen selityksen esimerkiksi itsestään aukeavana puhekuplan tai klikkauksella avattavana help-linkkinä. Käyttäjätutkimuksessa kannattaa selvittää myös ne kohdat, joissa käyttäjät eniten

tarvitsevat opastusta ja minkäläistä tukea käyttäjät tarvitsevat. Palvelun sisällön on oltava käyttäjän ymmärrettävissä. Se tarkoittaa sitä, että sisällön täytyy olla tarpeeksi selkeää ja yksinkertaista. Tämäkin kannattaa testauttaa ulkopuolisella koehenkilöllä. Usein vähemmälle huomiolle jäävä, mutta tärkeä asia on palvelun graafinen suunnittelu. Sen on autettava ja tuettava tärkeiden asioiden havaitsemista loogisessa järjestyksessä, jolloin se helpottaa käyttäjää tulkitsemaan käyttöliittymää paremmin. Graafisen suunnittelun on myös hyvä tukea organisaation omaa brändiä. Sen ei ole pakko olla silmiinpistävää, mutta jokin yhdenmukaisuus olisi hyvä olla, kuten esimerkiksi yrityksen värit ja logo jokaisella sivulla. (Sinkkonen ym. 2009, 36-37.)

### 3.4 Verkkopalvelun suunnittelu käyttäjäkeskeisesti

Verkkopalvelua suunniteltaessa kannattaa lähteä tekemään sitä käyttäjäkeskeisesti. Se on rahallisesti kannattavaa, sillä palvelu ei kannata, jos sitä ei kukaan käytä. Palvelun käyttöalalla ei ole niin paljon merkitystä kuin sen sisällöllä. Sisällön on oltava merkityksellinen, ainutlaatuinen, houkutelakseen käyttäjiä. Rahaa säästää myös, jos palvelulla saadaan hoidettua informaatiojakelu ja kysymykset, sekä samalla korvataan muut rahaa ja aikaa vievät yhteydenpitekeinot, kuten puhelin. Samoin säästetään se aika ja raha, joka menisi palavereihin ja asioiden selvittämiseen. (Sinkkonen ym. 2009, 28-29.) Hyvä verkkopalvelu toimii siis vuorovaikutteisesti asiakkaiden, käyttäjien sekä palvelujen tarjoajan välillä. Nyky-yhteiskunnassa internet on koko ajan jollain tapaa läsnä ja sen ansiosta kaikki ovat aina tavoitettavissa tai ainakin näin uskotaan. Kommunikointi verkkopalvelun välityksellä voi toimia, jos se on aktiivista molempien osapuolien taholta. Useimmiten asiakkaiden yhteydenotot koskevat jotain palvelunkäyttöön liittyvää ongelmaa, johon he tarvitsisivat vastauksen välittömästi. (Laaksonen, Matikainen & Tikka 2013, 9.)

Verkkopalvelun kehittäminen käyttäjäkeskeiseksi on kaksivaiheinen tuotekehittelyprosessi, joka aloitetaan suunnittelemalla konsepti eli tehdään käyttöliittymä. Konsepti testataan ja sen perusteella tehdään muutokset ja parannukset, minkä jälkeen siirrytään toteuttamaan käyttöliittymän takana olevia kerroksia. Tällä tavalla tehtynä varmistetaan turvallisuus ja lisäksi se sopii muiden toteutusprosessien kanssa tehtäväksi. Kokonaisprosessi koostuu neljästä perusvaiheesta, joista ensimmäinen on konseptisuunnittelu, toisena on toteutus, kolmantena testaus ja käyttöönotto sekä neljäntenä jälkiseuranta ja ylläpito. Tämä prosessi toistaa itseään siirtymällä seurannasta taas suunnitteluun ja tällä tavoin saadaan pidettyä kehitys yllä. (Sinkkonen ym. 2009, 31.)

Käyttäjäkeskeinen suunnittelu on aloitettava kiinnostuksesta käyttäjää kohtaan. Palvelun käyttäjä otetaan suunnitteluprosessiin mukaan oleelliseksi osaksi alusta lähtien. (Kuutti 2003, 140.) Verkkopalvelun suunnittelu käyttäjäkeskeiseksi ja laadukkaaksi voidaan tehdä niin, että

ensin selvitetään palvelun mahdolliset käyttäjät: millaisia he ovat, mitä he tuotteelta haluavat, mitä he palvelulla tekisivät sekä missä ja miten he toimisivat. Näiden asioiden selvittäminen on perusteena tuotteen tekemiselle, jota kuitenkin koko ajan testataan ja tarkistetaan sen toimivuus sekä tarvittaessa tehdään parannuksia. Menetelmä on yksinkertainen, mutta todettu toimivaksi. (Sinkkonen ym. 2009, 33.) Verkkopalvelujen kehittäminen on jatkuva prosessi. Ei riitä, että käyttäjien mielenkiinto saadaan herätettyä, vaan sitä pyritään pitämään yllä. Sen vuoksi on keksittävä koko ajan jotain uutta tai kehitettävä palveluja muuten paremmiksi ja mielenkiintoisemmiksi. (Sinkkonen ym. 2009, 33-34.)

Suunnittelu aloitetaan lähtökohtien selvittelyllä. Kohderyhmän tutkiminen on tärkeintä, mutta kannattaa myös tutkia perusteellisesti toteutusmahdollisuudet. Käyttäjiä haastateltaessa esille voi nousta hienoja, hyviä ideoita, mutta niiden toteuttaminen on eri asia. Verkkopalveluja ei kannata rakentaa pelkästään käyttäjien toiveiden perusteella. Asiakkaiden toiveet on tasapainotettava taloudellisten tosiseikkojen kanssa niin, että molemmat otetaan huomioon palveluja suunniteltaessa. Suunnitteluvaiheessa kannattaa tehdä esitutkimusta myös markkinoista ja markkinoilla olevista kilpailijoista. Yrityksen on pohdittava, miten erottua muista kilpailijoista. (Metsämäki 2000, 19.)

#### 4 Turvallisuusala

Suomessa yhteiskunnan perusturvallisuuden takaavat turvallisuusalan eri toimijat. Ylläpitoa toteutetaan eri viranomaistoiminnoilla, joihin kuuluvat yritysten, julkisyhteisöjen ja järjestöjen turvallisuustoiminnot sekä yksityinen turva-ala, joka sisältää asiantuntijuus-, turvasuojaus- ja palvelutoiminnot. Useat ministeriöt valvovat tarkoin turvallisuutta ja sen ylläpitoa ja ohjeistusta. Valtionhallinnon alaiset turvallisuusviranomaiset vastaavat yhteiskunnan sisäisestä ja ulkoisesta turvallisuudesta. Näiden turvallisuustoimintojen tarkoituksena on turvata yhteiskunnalle elintärkeitä toimintoja. Valtion kokonaisturvallisuudesta ja sen koordinoinnista vastaa valtioneuvoston kanslia. Puolustusministeriö, jonka alaisuudessa toimii puolustusvoimat, vastaa maan kokonaispuolustuksesta ja sen koordinoinnista. Sisäasiainministeriö, jonka alaisuudessa toimivat rajavartiolaitos sekä poliisi- ja pelastusviranomaiset, vastaa yhteiskunnan sisäisestä turvallisuudesta ja Suomen rajojen turvallisuudesta. Valtiovarainministeriö, jonka alaisuuteen kuuluu tulli, vastaa kiellettyjen ja sallittujen aineiden sekä tavaroiden viennin ja tuonnin valvonnasta. Ihmisten turvallisuuden ja terveyden takaamiseen liittyviä toimintoja on paljon ja ne kaikki ovat tarkasti säädeltyjä ja niitä valvovat eri tahot. Näihin toimintoihin kuuluvat myös esimerkiksi työturvallisuus ja ympäristönsuojelu. (Tikkanen, Aapio, Kaarnalehto, Kammonen, Laitinen, Mikkonen & Pisto 2011, 9.)

Kaikilla julkisyhteisöillä ja yrityksillä on velvollisuus vastata itse omista turvallisuusjärjestelyistään, jotka määritetään lainsäädännön perusteella riippuen sille liiketoiminnalle asetettu-

jen vähimmäisvaatimuksien rajoista ja toimintatavoista. Yksityisen turvallisuusalan tarkoituksena on palvella ja olla tukena organisaatioiden sekä yksilöiden turvallisuuden ylläpidossa ja kehittämisessä. Näitä palveluja saa tarvittaessa ja niiden käyttäminen on jokaisen omassa päätösvallassa. Yksityisen turvallisuusalan kasvuun ja kehitykseen ovat vaikuttaneet ihmisten lisääntynyt tietoisuus turvallisuuteen liittyvistä asioista ja Suomen liittyminen Euroopan unioniin, minkä vuoksi liiketoiminta on globalisoitunut. Näiden lisäksi lainsäädäntömuutokset, turvallisuustoimintojen ulkoistaminen yrityksissä ja julkisyhteisöissä sekä kasvanut rikollisuus, joka ylittää rajat, ovat kasvattaneet turvallisuusala. Kasvavan tarpeen ja tekniikan kehityksen ansiosta turvallisuusalalle on muodostunut täysin uusia osaamisalueita ja asiantuntijusvirkoja. Yrityksien uusien turvallisuus- ja palvelutarpeiden myötä turvallisuusalan palveluntarjoajien tehtävät ovat muokkautuneet erilaisiksi kokonaisuuksiksi. Turvallisuusalan tarjoamissa palveluissa arvostetaan yhä enemmän palveluhenkisyyttä ja asiakaslähtöisyyttä. Myös yleistä turvallisuusvalvontaa sekä ennakointitoimia onnettomuus-, vahinko- ja vaaratilanteiden ehkäisemiseksi arvostetaan aikaisempaa enemmän. (Tikkanen ym. 2011, 9-10.)

#### 4.1 Yksityinen turvallisuusala

Yksityinen turvallisuusala käsittää kaikki ne turvallisuuteen liittyvät palvelut, jotka eivät ole viranomaistoimintaa. Näiden palveluiden hankinnasta asiakas saa tietenkin päättää itse ja halutessaan asiakas voi myös tuottaa osan palveluista itse, mutta silloin ne eivät ole osa yksityistä turvallisuusala. Yksityisen turvallisuusalan palveluiden tarkoituksena on varmistaa, että häiriötekijät eivät vaikuta asiakkaan toimintaan. Palvelut takaavat sen arvioimalla yleisesti turvallisuustilannetta, jonka perusteella tehdään erilaisia turvallisuussuunnitelmia, -auditointeja ja -tarkastuksia. Palveluiden avulla asennetaan ja ylläpidetään turvallisuusrakenteita ja turvallisuusjärjestelmiä sekä yleisesti tuotetaan turvallisuuspalveluita. (Tikkanen ym. 2011, 199.)

Arvioitaessa turvallisuutta käydään läpi riskit, uhkatekijät ja ympäristön vaikutukset ja arvioidaan niiden ja asiakkaan omien valintojen mahdollisia vaikutuksia alueeseen, kohteen tilanteeseen tai asiakkaaseen itseensä. Yleensä arvioidaan teknistä valvontaa, rakenteellista turvallisuutta sekä turvallisuuspalveluiden saatavuutta tarpeen vaatiessa. Kohteelle tarpeellisten, määrättyjen turvallisuusvaatimusten pohjalta laaditaan turvallisuussuunnitelma. Suunnitelmassa on tarkasteltava ainakin konsultointipalvelut, jotka tarkoittavat rakenteellista suojasta, teknistä valvontaa ja turvallisuuspalveluja. Rakenteellinen turvallisuus tarkoittaa sitä, että turvallisuuteen liittyvät asiat on huomioitu rakennusteknisiä ratkaisuja tehdessä. Teknisellä valvonnalla tarkoitetaan tämän rakenteellisen suojauksen tehostamista. Kaikkeaa turvallisuuden ylläpitämistä tai aiheutuneiden häiriöiden poistamista edesauttavaa työtä sanotaan turvallisuuspalveluiksi. Yleisimpiä ja työllistävimpiä turvallisuuspalvelutehtäviä ovat turvatarkastus-, järjestyksenvalvonta- ja vartioimispalvelut. (Tikkanen ym. 2011, 199.)

## 4.2 Turvallisuus

Turvallisuus käsitteenä on moniselitteinen. Yksilön näkökulmasta turvallisuus tarkoittaa olotilaa, jolloin yksilö tuntee itsensä turvalliseksi. Turvallisuuden tunne liittyy kaikkeen toimintaan ja jota usein pidetään itsestään selvyytenä. Turvattomuuden tunne ilmenee yleensä vasta, kun tapahtuu jotain arvaamatonta esimerkiksi tapaturma tai vahinko, jotakin ikävää ja odottamatonta. Turvallisuuden tunne syntyy ja pysyy, jos kaikki toimii ja tapahtuu ennakoitavasti, rutiinimaisesti, muuttumattomana, tällöin yksilöllä on luottamus siihen, että asiat tapahtuvat tiedetyllä tavalla. Vain, kun tulee jokin poikkeama rutiiniin, yksilö tuntee turvattomuutta, koska ei enää ole varma siitä, mitä seuraavaksi tapahtuu. Yhteiskunnan tai yrityksen näkökulmasta turvallisuus nähdään asioiden hallintana, niin ettei tapahdu mitään äkillistä tappiollista, menetyksiä. (Mäkinen 2007, 58.)

Turvallisuuden käsite on suhteellinen ja vaihtelee näkökulmien mukaan, minkä vuoksi turvallisuutta on vaikea mitata. On kuitenkin mahdollista listata asioita, jotka lisäävät tai vähentävät turvallisuutta, riippumatta tilanteesta. Varmuus tulevasta, tilanteiden ennakoitavuus ja ennustettavuus, luottamus, avoin viestintä, tiedotus esiintyvistä onnettomuus-, vahinko- ja tapaturmariskeistä sekä niiden torjuntakeinoista ja harjoittelu hätä- ja poikkeustilanteissa toimimiseen lisäävät turvallisuutta. Turvallisuutta taas sitten vähentävät edellä mainittujen asioiden puuttuminen. (Tikkanen ym. 2011, 14.)

## 4.3 Riskit ja riskienhallinta

Riski-termin määrittely riippuu asiayhteydestä ja tilanteesta. Usein riskin määritelmä onkin epäselvä, varsinkin yleisessä käytössä. Sana riski tulee todennäköisesti latinankielisestä *risco*-termistä, joka on tarkoittanut meren karia tai jotakin, joka leikkaa. (Leppänen 2006, 29-30.) Riskillä voidaan tarkoittaa haitallisen tapahtuman todennäköisyyden ja vakavuuden arviota. Riskillä voidaan tarkoittaa myös tämän haitallisen, ei-toivotun tapahtuman, mahdollisuutta ja siitä koituvia seuraamuksia. Riskillä voidaan tarkoittaa myös vaaran ja epäonnistumisen mahdollisuutta. Yrityksen näkökulmasta riski tarkoittaa yleisesti sitä tappion mahdollisuutta, joka ollaan valmis kärsimään tavoitellessa toivottua voittoa. (Hopkin 2012, 13.) Riski sekoitetaan usein uhkaan, mutta ne ovat eri asioita. Riski voi olla osa uhkaa. Riski on konkreettinen asia ja sen voi määritellä ja arvioida, toisin kuin uhkatekijän. Uhka on usein epätodennäköisempi ja laajempi asia, jota ei välttämättä voida konkretisoida. Koska riski on asia, joka on todennäköisempi ja konkreettisempi, siitä on muodostunut sana riskinotto. Riskinottoa on esimerkiksi se, kun sijoittaa rahaa veikkaukseen. Silloin riskin, että menettää panostamasi summan tavoitellessaan suurempaa voittosummaa. (Mäkinen 2007, 104.)

Riskienhallinta on yksi tärkeimmistä asioista aloitettaessa yritystoimintaa, varsinkin jos kyseessä on yksityisyrittäjä. Jokaista hankintaa ja päätöstä on tarkasteltava monesta eri näkökulmasta ja moneen kertaan ennen lopullista päätöstä. (Ilmonen, Kallio, Koskinen & Rajamäki 2010, 49.) Riskiä määriteltäessä termi sisältää useimmiten riskiin liittyvän todennäköisyyden ja sen vakavuuden. Riskienhallinta on prosessi, jossa tutkitaan ja määritetään riskit, niiden suuruudet sekä niiden ehkäisy- ja hallintakeinot. Riskienhallinnan tavoitteena on siis ensin tunnistaa kohteen riskit ja sitten hallita niitä. Kun kyseessä on onnettomuus-, vahinko- ja vaaratilanne, puhutaan vahinkoriskienhallinnasta. Vahinkoriskienhallinnassa näitä tilanteita pyritään torjumaan ja seuraamaan. Vahinkoriskienhallinta aloitetaan riskianalyysistä, joka koostuu kohteen riskien tunnistamisesta eli pyritään selvittämään kaikki uhat, vaarat ja ei-toivotut tapahtumat, jotka ovat mahdollisia. Tämän jälkeen arvioidaan riskien esiintymisen todennäköisyydet ja niistä koituvien seurausten vakavuudet. Lopuksi määritetään riskien suuruus ja merkittävyys. Riskianalyysin jälkeen lähdetään suunnittelemaan ja toteuttamaan riskienhallintatoimia sekä samalla niiden seuranta. Riskienhallintaprosessi rakentuu kahdesta eri vaiheesta, joista ensimmäinen on riskien arviointi. Riskien arviointi koostuu riskianalyysistä ja riskien merkityksen arvioinnista. Riskianalyysissä rajataan kohde, tunnistetaan vaarat ja arvioidaan riskien suuruus. Riskien merkityksen arvioinnissa päätetään eri riskien hyväksyttävyyksi: mitkä riskeistä ovat hyväksyttäviä ja mitä ei hyväksytä eli mitkä riskeistä eivät saisi tapahtua. Sitten analysoidaan kaikki eri vaihtoehdot, riskienhallinta ja torjumiskeinot. Toinen vaihe on riskien hallintakeinot, johon kuuluvat päätöksenteko, täytäntöönpano, raja-arvojen asettaminen ja seuranta. (Suominen 2003, 9-11.)

#### 4.3.1 Riskilajeja

Liiketoimintaan liittyvät riskit voidaan jaotella strategisten, operatiivisten ja taloudellisten riskien alueisiin. Yleensä riskialueet ovat kuitenkin päällekkäisiä. Vahinkoriskit taas kuuluvat useimmiten operatiiviselle alueelle. Riskit jaotellaan kunkin yrityksen tai yhteisön tarpeiden mukaan. Strategiset riskit tarkoittavat niitä ei-toivottuja tapahtumia, jotka vaikuttavat merkittävästi tavalla yrityksen liiketoimintaan pitkällä tähtäimellä. Operatiiviset riskit tarkoittavat toiminnallisia, ei-toivottujen tapahtumien mahdollisuutta, jotka liittyvät esimerkiksi tuotantoon. Vahinkoriskit tarkoittavat niitä riskejä, jotka aiheuttavat ihmiseen, organisaation toimintaan, omaisuuteen tai ympäristöön kohdistuvia vahinkoja. Vahinkoriskejä ovat esimerkiksi sopimus-, omaisuus-, henkilö-, rikos- ja paloriskit. Vahinkoriskeihin ei yleensä liity voiton mahdollisuutta. Liikeriski tarkoittaa liiketoimintaan liittyvää riskiä eli riskiä, joka ollaan valmis ottamaan tavoittellessa voittoa. Liikeriskejä aiheutuu esimerkiksi silloin, kun tulee suhdannevaihtelua, olosuhde- tai säädosmuutoksia, jotka vaikuttavat yrityksen liiketoimintaan. (Tikkanen ym. 2011, 20.) Yritysturvallisuus tarkoittaa yrityksen kaikkien turvallisuusasioiden yhteisen tuloksen tavoittelua. Yrityksen turvallisuustavoitteeseen kuuluvat lailliset toimintaedellytykset, yrityksen omaisuuden, tiedon, henkilöstön ja ympäristön suojaaminen vahingoil-

ta, onnettomuuksilta sekä rikolliselta toiminnalta. Yritysturvallisuuden takaamiseen kuuluvat myös tuotannon ja toiminnan häiriöttömyys. (Kerko 2001, 21.)

Liiketoimintaan liittyvät riskit syntyvät joko yrityksen sisäisistä prosesseista tai ulkoisista prosesseista eli liiketoimintaympäristöstä. Nämä kaikki riskit vaikuttavat yrityksen koko liiketoimintaan, sillä jokaisessa yksittäisessä prosessissakin on omat riskinsä. Liiketoimintariskejä tarkasteltaessa ne voidaan nähdä joko riskien osa-alueina tai johtamisprosessiin liittyvinä ilmiöinä. Johtamisen kannalta riskienhallinnalla on tiivis yhteys jokapäiväiseen toimintaan, sillä riskienhallinnan tulee ulottua strategiasuunnittelusta arkirutiineihin saakka. (Juvonen, Koskensyrjä, Kuhanen, Ojala, Pentti, Porvari & Talala 2014, 29.)

## 5 Tutkimuksen toteutus

Opinnäytetyön suunnittelu alkoi huhtikuussa 2014, jolloin tapasin toimeksiantajan ensimmäistä kertaa. Opinnäytetyön tekemisen ja tutkimuksen suunnittelun aloitin elokuussa 2014, sillä huhtikuun tapaamisen jälkeen toimeksianto muuttui jonkin verran. Toimeksiannossa turvallisuusalan yritys halusi teettää asiakastytyväisyyskyselyn asiakkailleen. Tutkimusta lähdin toteuttamaan tekemällä tutkimussuunnitelman ja aikataulun (taulukko 1).

Tutkimuksen avulla oli tarkoitus selvittää yrityksen asiakkaiden käyttökokemuksia yrityksen internetpohjaisista ohjelmistopalveluista. Kyselyhaastattelun avulla haluttiin saada selville, miten asiakkaat kokevat palvelujen käytön ja toimeksiantajan palvelujen tarjoajana ja mitkä asiat vaikuttavat asiakkaiden tyytyväisyyteen. Tutkimustulosten analyysien pohjalta haluttiin saada tietoperustaa palvelujen kehittämiseen. Tutkimuksen kohteena olivat yrityksen neljä eri palvelua, joiden nimiä en mainitse toimeksiantajan pyynnöstä vaan kutsun niitä nimillä palvelut A, B, C ja D. Palvelu A on tarkoitettu organisaation kokonaisvaltaiseen riskienhallintaan ja sen avulla toteutetaan ja ylläpidetään riskien kartoitusta, arviointia ja hallitsemistoinenpiteitä. Palvelu B ilmoittaa kaikista organisaation vaaratilanne- ja läheltä piti-ilmoituksista sekä turvallisuusaloitteista. Palvelu C on lakisääteinen toimintaohje organisaatiolle onnettomuuksien varalle. Palvelu D on tarkoitettu oppilaitosten turvallisuuden kartoittamiseen ja suunnitteluun. Yritys X tarkoittaa toimeksiantajaa, jonka oikeaa nimeä ei mainita salassapitosyistä.

Opinnäytetyöhön liittyvän teorioiden opiskelun aloitin lukemalla teoriaa tutkimuksen tekemisestä ja mittareiden luomisesta. Tutkimukseen liittyvien aiheiden jälkeen opiskelin verkko- palvelu- ja palvelujenkehittämisteoria-aiheita. Teorioita opiskelin koko prosessin ajan, mutta suurimman kirjoitustyön tein vasta tutkimuksen toteutuksen jälkeen, jolloin tulokset olivat jo selvillä ja aiheesta kirjoittaminen sekä analysointi olivat helpompaa. Kyselylomakkeesta (liite 1) tein muutaman eri version, mitkä esittelin yhteistyökumppanille sekä ohjaajalle. Kyselylo-



makkeen tekemiseen kului aikaa, koska toimeksianto oli hieman päällekkäinen ja muutoksia tuli paljon. Kyselylomaketta tehdessäni yhdistin kaikki tärkeimmät mittarit järkeväksi kokonaisuudeksi. Lopullisen kyselylomakkeen sain tehtyä valmiiksi niin, että siinä olivat kaikki yhteistyökumppanin vaatimat kysymykset ja tutkimuksen kannalta oleelliset mittarit. Mittareita muokkasinkin niin, että kysymyksiä olisi mahdollisimman vähän ja että ne olisivat mahdollisimman yksinkertaisia. Tästä huolimatta lomakkeeseen tuli 20 kysymystä. Pitää ottaa huomioon, että kaikkia kysymyksiä en esittänyt kaikille, sillä osa niistä oli suunnattu vain tietyn ohjelmistoversion käyttäjille tai vain osan palveluista käyttäjille. Laadin kyselylomakkeen myös e-lomakkeelle.

Tein kyselyhaastattelut syys-lokakuun aikana, jolloin ihmiset olivat palanneet kesälomilta töihin. Hankin haastattelujen tekemistä varten prepaid-liittymä, jonka yhteistyökumppani kustansi jälkikäteen. Kyselyä tehdessäni soitin kaikille 43 asiakkaalle, joillekin useampaan kertaan. Soittoaika oli arkisin klo 8.00 - 16.30. Puhelinsoittojen määränä asiakasta kohden pidin enimmillään kolmea kertaa päivässä.

Vastaukset kirjasin e-lomakkeelle, josta ne oli helppo kerätä. Suurin osa kysymyksistä oli avoimia, joten analysoin ne yksitellen ja kokosin eniten esille nousseista asioista kehitysehdotuksia toimeksiantajalle. Enimmäkseen ehdotukset koskivat yrityksen palveluja, mutta myös liiketoimintaa yleisesti. Kehitysehdotuksia hioessani otin selvälle, miten ne olisi mahdollista toteuttaa käytännössä, ja keskustelin niistä toimeksiantajan kanssa. Tulokset ja kehitysehdotukset esittelin yhteistyökumppanille 3.11.2014. Marras-joulukuun kirjoitin teorioita ja tutkimuksen loppuraporttia. Opinnäytetyön hiomista jatkoin vuoden 2015 helmikuulle asti.

Tehtävä	Aloituspäivä
Tutkimuksen suunnittelu	Vko 32
Teorioiden opiskelu	Vko 33 - 35
Kyselylomakkeen laatiminen	Vko 36 - 37
Kyselytutkimuksen toteuttaminen	Vko 38 - 42
Tutkimustulosten keruu	Vko 43
Tulosten analysointi	Vko 44
Päätelmien ja kehitysehdotuksien tekeminen	Vko 45
Kehitysehdotuksien ja tutkimustulosten esittely toimeksiantajalle	Vko 46 - 50
Teorioiden kirjoittaminen valmiiksi	Vko 51 - 52
Analyysejä, päätelmien ja kehitysehdotuksien viimeistely	Vko 1
Tutkimuksen loppuraportoinnin viimeistely	Vko 2 - 8
Opinnäytetyö valmis	Vko 8

Taulukko 1: Aikataulu

## 6 Tulokset

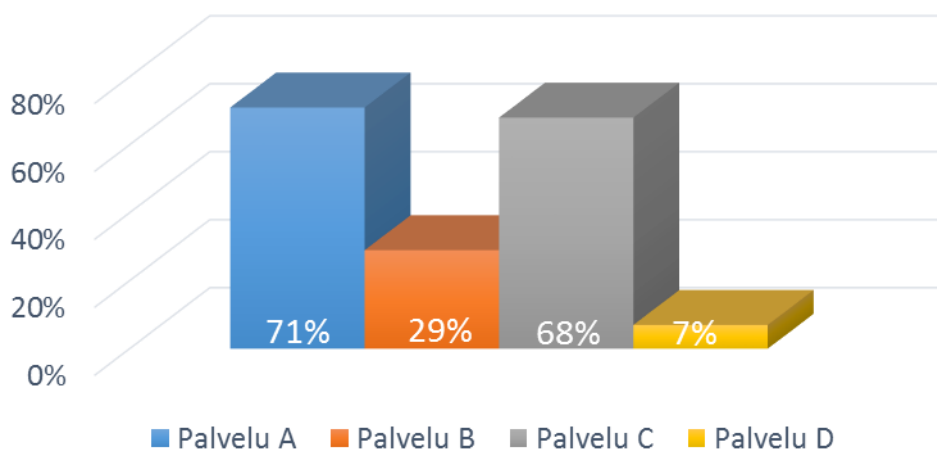
Tutkimustuloksista selvisi, että asiakkaat haluavat palveluista yksinkertaisempia ja helppo-käyttöisempiä. Asiakkaat haluaisivat myös enemmän muokausmahdollisuuksia palveluihin ja hallinnointioikeuksia pääkäyttäjälle. Palvelujen käyttöohjeita pidettiin hyödyllisinä silloin, kun niitä käytettiin. Yleisesti asiakkaat kokivat toimeksiantajan hieman etäisenä ja yhteydenpitoa kaivattiin.

Kyselytutkimuksen otantana olivat yrityksen sen hetkiset asiakkaat, joita oli yhteensä 43. Kyselyä tehdessäni ilmeni, että yksi asiakkaista oli irtisanonut yhteistyösopimuksensa toimeksiantajan kanssa vastikään, joten asiakkaita jäi tutkimusta varten 42. Sain kyselytutkimukseen 28 vastausta, joista yksi koski kahta eri asiakasta, kun yksi vastaajista vastasi kahden eri kohteen puolesta eli sain vastauksia 29. Vastaamatta jätti 13 asiakasta. Suurin syy näihin vastaamatta jättämisiin oli se, että en tavoittanut oikeaa henkilöä puhelimitse. Jokainen tavoitettu asiakas vastasi kyselyyn. Vastausprosentti oli siis 69 (29/42). Osa kysymyksistä oli suunnattu vain joidenkin palvelujen käyttäjille. Palveluista ja niiden sisällöstä en kerro yksityiskohtaisesti toimeksiantajan pyynnöstä. Palvelujen sisältö on selitetty pääpiirteittäin aiemmassa toteutus-luvun alussa.

Kyselyn ensimmäinen kysymys oli: ”Mikä ohjelmistoversio organisaatiollanne on käytössä?”, johon oli annettu vaihtoehdot: ”Viides (5.) versio tai kuudes (6.) versio.” Tämä kysymys oli sitä varten, että sain eroteltua eri ohjelmistoversioiden käyttäjät toisistaan. Asiakkaat eivät itse välttämättä tienneet ohjelmistoversiotaan, mutta eri versioiden käyttäjien erottelu auttoi tutkimuksen tulosten analysoinnissa ja auttoi toimeksiantajaa mahdollisten ongelmien selvittämisessä. Kyselyyn vastanneista asiakkaista 54 %:lla (15) oli käytössä viides (5.) ohjelmistoversio ja 46 %:lla (13) kuudes (6.) eli uudempi ohjelmistoversio.

Seuraavaksi kysyin, mitä yrityksen palveluja organisaatiolla oli sillä hetkellä käytössään. Vaihtoehtoina tähän kysymykseen olivat palvelut A, B, C ja D. Palveluista A oli eniten käytössä oleva, jopa 71 %:lla (20) vastaajista oli palvelu A käytössään. Niistä 12 %:lla (5) A palvelu oli ainoa käytössä oleva palvelu, lopuilla 36 %:lla (15) oli muitakin tuotteita käytössään. Palvelu B oli käytössä 29 %:lla (8) vastaajista, palvelu C 68 %:lla (19) ja palvelu D 7 %:lla (2). Palveluiden jakautuminen on kuvattu kuviossa 1.

## 2. Mitä yritys X:n palveluja organisaatiollanne on tällä hetkellä käytössä?



Kuvio 1: Asiakkaiden käytössä olevat palvelut

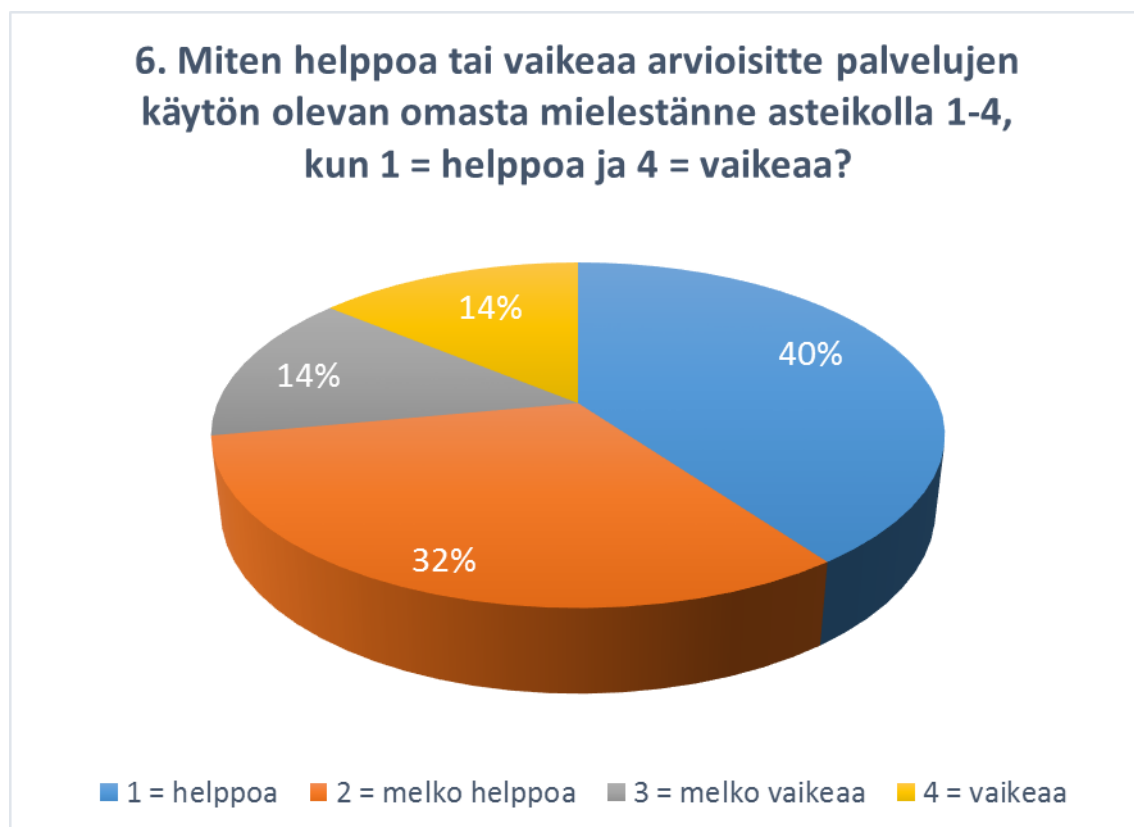
Kolmantena ja ensimmäisenä suoraan vastaajalle suunnattuna kysymyksenä oli: ”Ketkä organisaatiossanne käyttävät yritys X:n palveluja?”. 68 % (19) vastasi yleisesti esimiehet ja loput 32 % (9) vastasi joko kiinteistö- tai turvallisuusvastaavan.

Neljäntenä kysyin: ”Ketkä organisaatiossanne tekevät päätökset liittyen turvallisuuspalvelujen hankintaan?”. 89 % (25) vastasi ”esimiehet tai johtajat” ja 11 % (3) vastasi turvallisuus- tai hankintavastaavan. Erityisesti turvallisuus-, talous- ja kiinteistöesimiehet olivat mainittuna. Kolmannen ja neljännen kysymyksen loin niiden vertailun vuoksi, jotta saisin selville, ovatko ohjelmiston käyttäjät samoja henkilöitä, jotka päättävät palvelujen hankinnoista. Kun vertailin näiden kahden kysymyksen vastauksia toisiinsa, esille nousi, että suurimmassa osassa palvelujen käyttäjä oli mukana päättämässä palvelujen hankinnoista. Kymmenessä tapauksessa käyttäjä oli eri kuin päättäjä, mutta tällöinkin palvelujen käyttäjällä oli sanavaltaa hankintapäätöksessä. 60 % ohjelmiston käyttäjistä päättää myös palvelujen käytöstä ja hankinnasta. Kyselyyn vastanneista käyttäjistä ne, joilla ei ollut valtuuksia päättää palvelujen hankinnoista, pystyivät kuitenkin vaikuttamaan päätöksiin merkittävästi. Palvelujen käyttäjät siis ovat suurimmaksi osaksi samoja henkilöitä, jotka päättävät palvelujen hankinnoista.

”Miksi useimmiten käytätte palveluja? (Tietojen päivitys, muutokset tms.)” oli viides kysymys ja sen jätin avoimeksi, mutta suluissa olevat vaihtoehdot esimerkit helpottivat vastaamista. Kaikki 28 vastasivatkin, että he käyttävät palveluja enimmäkseen tietojen päivittämiseen. Muita syitä palvelujen käyttöön olivat tunnusten luominen, jonka vastasi 14 % (4), raporttien selailu ja tulostus, jonka vastasi 7 % (2) sekä tietojen ja tilanteen tarkistaminen 21 % (6) vas-

tanneista. Kyselyn tämän kysymyksen kohdalla selvisi myös se, että suurin osa käyttäjistä vierailee palvelussa vain 1-3 kertaa vuodessa, osa vastaajista sanoi käyttävänsä noin 5-7 kertaa vuodessa ja muutama kertoi käyttävänsä palvelua viikoittain, joskus jopa päivittäin. Osa vastaajista käyttää palveluja päivittäisenä työkalunaan hyödyntäen palveluja hyvin, kun taas osa käyttäjistä vierailee palveluissa vain kerran vuodessa, kun on pakollista tehdä muutoksia ja raportteja tilanteesta.

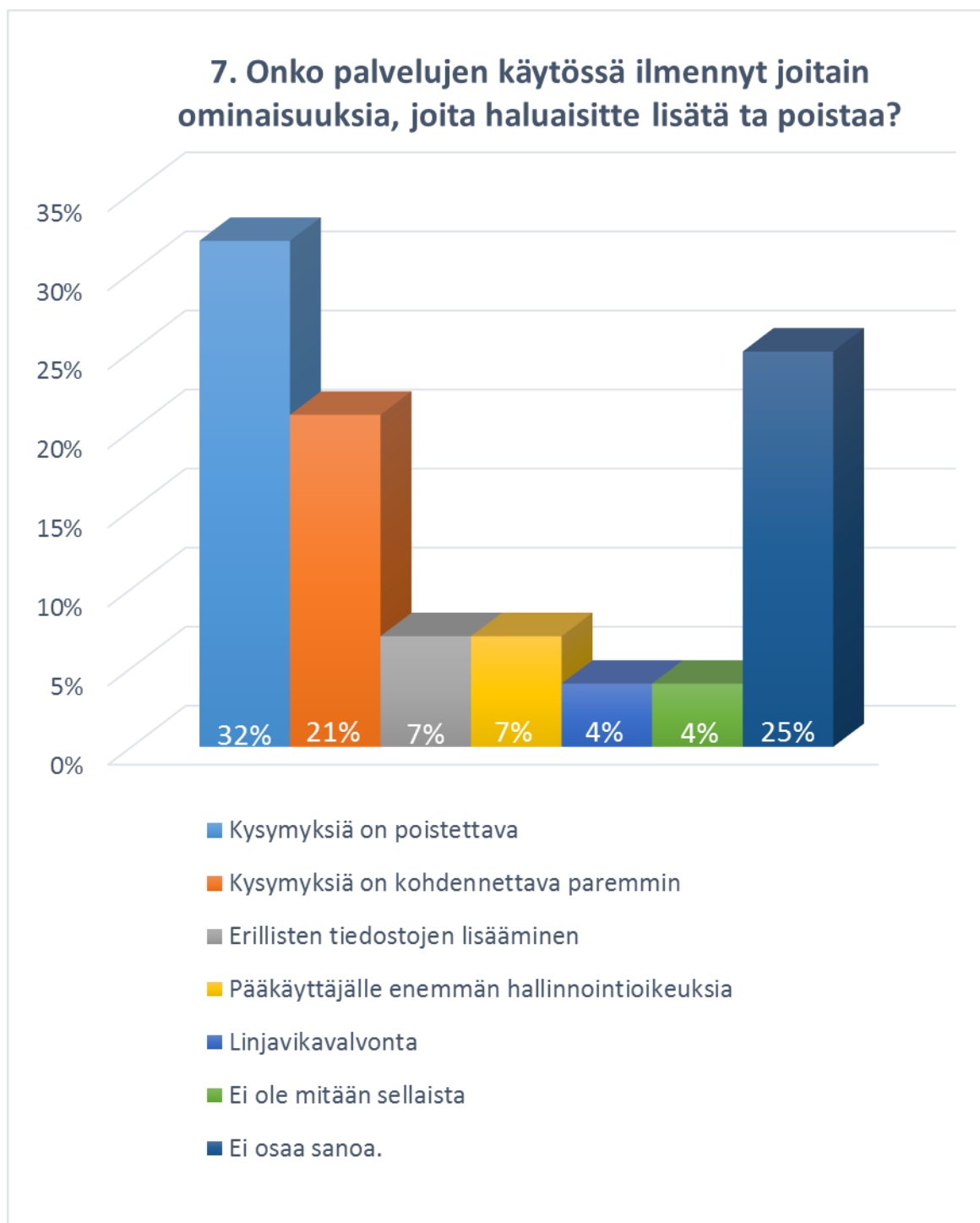
Kuudentena kysymyksenä oli: ”Miten helppoa tai vaikeaa arvioisitte palvelujen käytön olevan omasta mielestänne asteikolla 1-4, jos 1=helppoa ja 4=vaikeaa?”. Vastaajista 40 % (11) eli suurin osa arvioi palvelujen käytön olevan helppoa. ”Melko helppoa” arvioi 32 % (9) vastaajista, ”melko vaikeaa” arvioi 14 % (4) ja ”vaikeaa” arvioi 14 % (4) vastaajista. Yhteensä 28 % (8) vastaajista arvioi palvelujen käytön olevan vaikeaa tai melko vaikeaa. Suurin osa eli 72 % (20) vastaajista arvioi palvelujen käytön olevan helppoa tai melko helppoa (kuvio 2). Eri ohjelmistoversioiden käyttäjien vastauksissa ei ollut merkittäviä eroja.



Kuvio 2: Palvelujen käytön helppous tai vaikeus

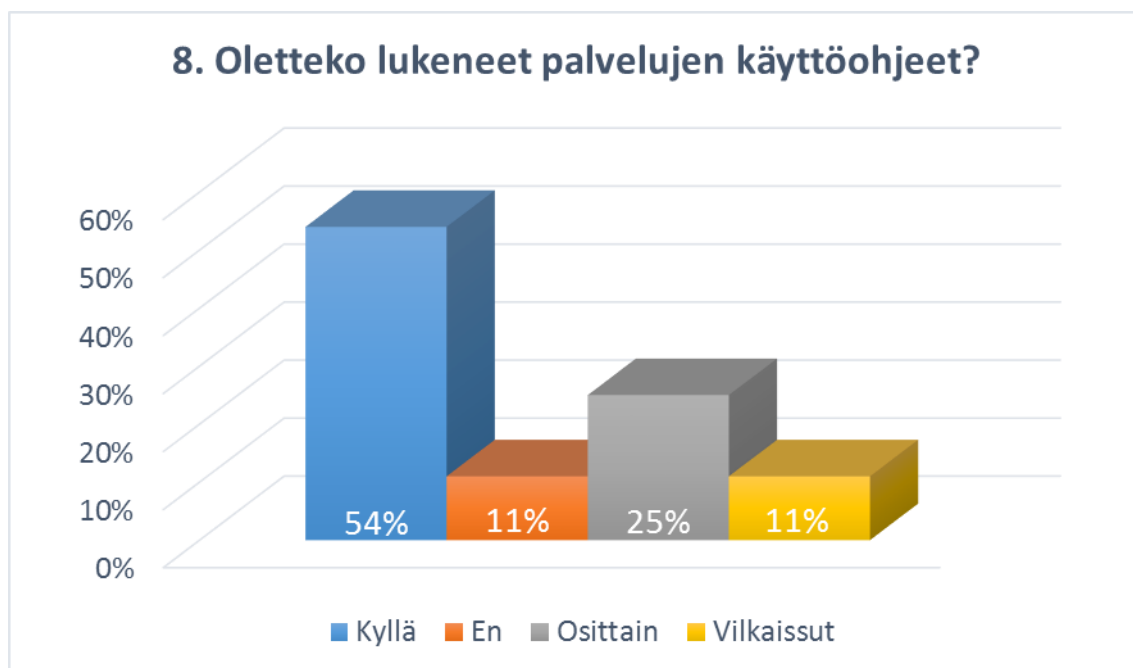
Kyselyn seitsemännessä kysymyksessä selvitin, onko palvelujen käytössä ilmennyt jotain ominaisuuksia, joita käyttäjät haluaisivat lisätä tai poistaa. Vastaukset on esitetty kuviossa 3. 32 % (9) vastaajista oli sitä mieltä, että kysymyksiä eli itse täytettäviä kohtia on liikaa ja niitä olisi karsittava. 25 % (7) vastaajista ei osannut sanoa asiaan mitään. 4 % (1) vastaajista sanoi, ettei heillä ole mitään huomautettavaa. Kysymysten kohdentamisesta paremmin mainitsi 14 %

(4) vastaajista, eli käyttäjän itse täytettäviä kohtia, kysymyksiä, olisi kohdennettava paremmin eri asiakkaille sopiviksi. Vastaajista 7 % (2) oli sitä mieltä, etteivät palvelut sovellu kaikille toimialoille. Näillä kahdella oli käytössään eri ohjelmistoversiot, mutta molemmilla oli tuotteista A käytössään ja toisella oli myös palvelu B käytössä. Kaksi huomautusta tuli tunnus-ten hallinnoinnista; näillä käyttäjillä oli eri versiot ja eri tuotteet käytössään. Toisella oli palvelu C ja viides ohjelmistoversio ja toisella oli palvelu A ja kuudes ohjelmistoversio käytössä. Huomautukset koskivat käyttäjätunnusten ja salasanojen hallinnointia. 7 % (2) kyselyyn vastanneista haluaisi lisätä ominaisuuden erillisten tiedostojen liittämiseksi. Yksi vastaaja haluaisi muutoksia C työkaluun; tällä vastaajalla oli käytössään kuudes ohjelmistoversio ja tuotteista A, B ja C. Yleisesti C-työkalusta haluttaisiin parempi ja aktiivisempi sekä käyttäjää aktivoiva. Muita ehdotuksia olivat linjavikavalvonta tai palvelunumero ongelmia varten (molemmilla kommentoijilla oli käytössään viides ohjelmistoversio, toisella A ja B tuotteet sekä toisella vastaajalla C). Vastaajien toiveina olivat myös erillinen käyttöliittymä kirjautumisen ja käytön helpottamiseksi sekä aikataulujen ja muiden kohtien pakollinen täyttö, mikä lisäisi käyttäjien aktiivisuutta. Myös visuaalisen ilmeen mielekkyyttä toivottiin lisää.



Kuvio 3: Ominaisuuksia lisättäväksi tai poistettavaksi

Kahdeksantena kysyin, olivatko käyttäjät lukeneet palvelujen käyttöohjeet, johon annoin vaihtoehdot kyllä, en, osittain ja vilkaissut. Vastaajista 54 % (15) vastasi ”kyllä”, 11 % (3) vastasi ”en”, 25 % (7) ”osittain” ja 11 % (3) ”vilkaissut” (kuvio 4).



Kuvio 4: Palvelujen käyttöohjeiden lukeminen

Edellisen kysymyksen jatkoksi esitin kysymyksen: ”Jos luitte, oliko niistä apua? Perustelut. (Jos oli, niin mitä? Jos ei ollut, niin miksei?)”. 75 % (21) vastasi saaneensa apua palvelujen käyttöohjeista ja kommentit olivat ”hyvät tai selkeät ohjeet”. 18 % (5) ei osannut vastata, mutta vain yksi heistä oli lukenut käyttöohjeet. Yksi vastaajista (4 %) sanoi, ettei käyttöohjeista ollut apua, mutta tämä vastaaja oli lukenut ne vain osittain. Osa kommentoi, että ohjeet ovat liian pitkät lukea ja vastaajien mielestä käytännössä oppii helpommin. Kyselyyn vastanneet ehdottivat myös pikakoulutusta ohjelmiston käyttöön. Käyttöohjeet koettiin hyödyttömiksi vain, kun niitä ei ollut luettu kunnolla tai ollenkaan. Palvelujen käyttöohjeet koettiin hyödyllisiksi silloin, kun niitä oli käytetty.

Kymmenes kysymys oli: ”Onko teillä muita parannus- tai kehitysehdotuksia koskien yrityksen palveluja? Jos on, niin mitä?”, minkä jätin avoimeksi. Vastaajista 25 % (7) ei osannut vastata ja 14 % (4) vastasi ”ei”. 21 % (6) vastaajista kehotti karsimaan ja kohdentamaan kysymyksiä enemmän käyttäjä kohtaisesti. 18 % (5) halusi ratkaisun palvelu katkoksiin, välillä kuulemma hyvin hidas. Vastaajista 18 % (5) halusi käyttäjä hallinnointiin kehitystä ja muutoksia esimerkiksi niin, että tunnuksia ja salasanoja voisi itse hallinnoida, eikä joka kohteella tarvitsisi olla omaa henkilökohtaista käyttäjätunnusta. Toisena esimerkkinä mainittiin se, että pääsisi katsomaan jokaisen eri kohteen paloturvallisuustilanteen kerralla, eikä tarvitsisi jokaista kohdetta avata erikseen ja selata. 11 % (3) oli sitä mieltä, että tällä hetkellä kaikki palvelut eivät sovi kaikille organisaatioille ja tuotteet pitäisi segmentoida paremmin eri käyttäjä organisaatioille sopiviksi. Vastaajista 11 % (3) sanoi, että palvelujen käyttöä olisi helpotettava ja yksinkertaistettava. Muita kommentteja oli, että viides versio oli parempi kuin kuudes, ohjeistusta

ja viestintää on parannettava, asiakkaiden asioihin olisi reagoitava nopeammin sekä yksi asiakas vaati ruotsinkielistä ohjelmistoversiota. Kuviossa 5 on esitettyä yleisimmät vastaukset.

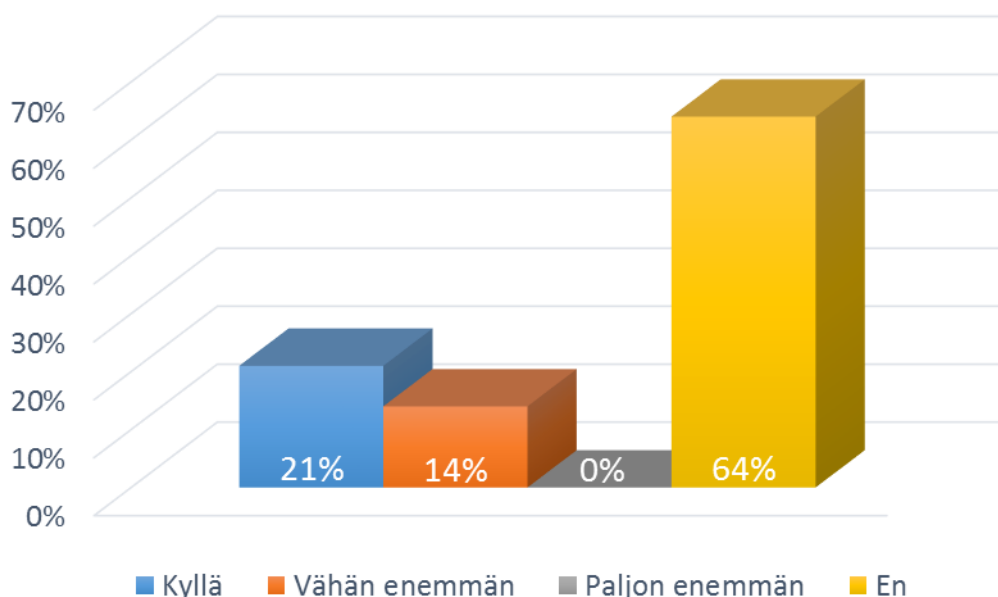


Kuvio 5: Parannus- ja kehitysehdotuksia palveluihin

Yhdentehtävistä kohtana selvitin, toivoisivatko kyselyyn vastanneet pääkäyttäjällä olevan enemmän näkymää siihen, mitä eri yksiköissä on tehty ja kuinka huolellisesti. Tähän annoin vaihtoehdot kyllä, en, vähän enemmän ja paljon enemmän. Kyselyyn vastanneet olivat palvelujen pääkäyttäjät organisaatiossaan. 21 % (6) vastasi ”Kyllä”, 64 % (18) vastasi ”En” ja 14 % (4) vastasi ”Vähän enemmän”, kukaan ei vastannut ”Paljon enemmän” (kuviokuva 6). 36 % (10) vastaajista halusi vähän lisää tai ylipäätään lisää näkymää.



### 11. Toivoisitteko pääkäyttäjällä olevan enemmän näkymää siihen, mitä eri yksiköissä on tehty ja kuinka huolellisesti?



Kuvio 6: Pääkäyttäjän näkymän lisääminen

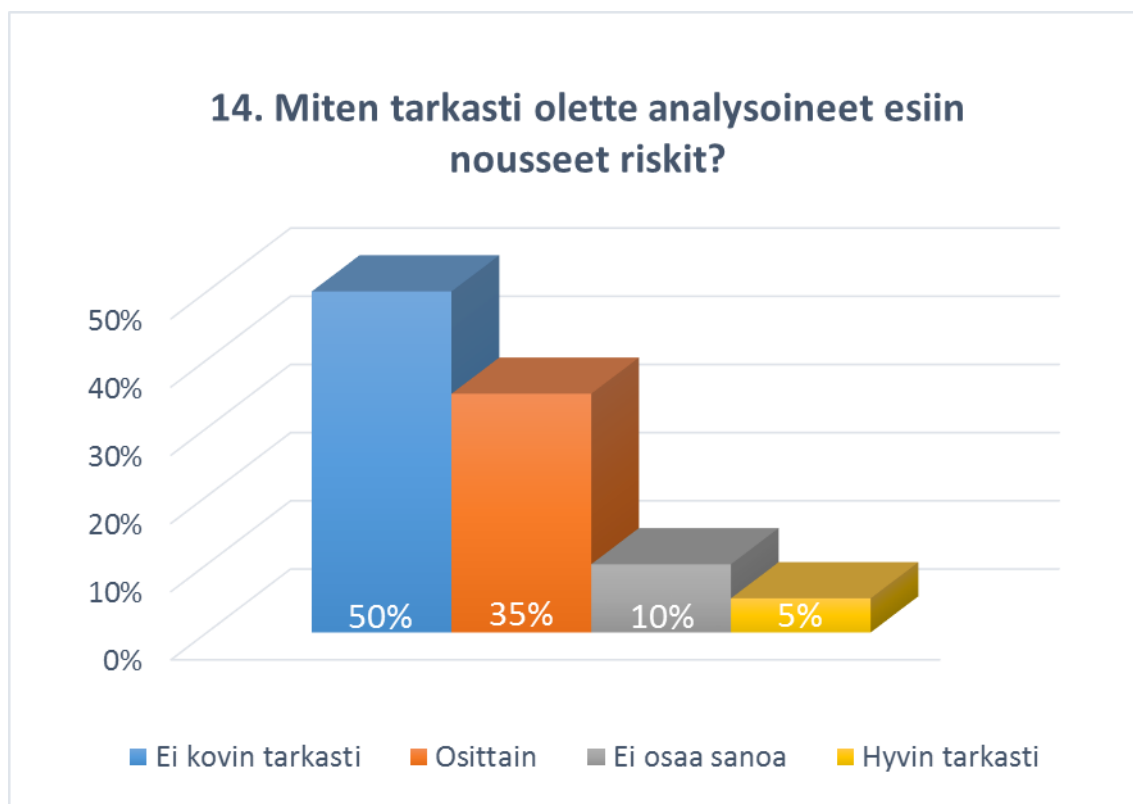
Kahdestoista kysymys oli: ”Onko jotain muuta, mitä pääkäyttäjä tarvitsisi? Jos niin, mitä?”, joka oli avoin kysymys. 39 % (11) vastaajista ei osannut sanoa ja 32 % (9) vastasi ”ei”. 29 %:lla vastaajista oli joitakin ehdotuksia. Eniten kommentoitiin pääkäyttäjän hallinnointi- ja viestintämahdollisuuksia. Vastanneiden asiakkaiden toiveina oli, että pääkäyttäjä voisi itse muokata eri kohteiden kysymyksiä ja voisi itse muuttaa käyttäjätunnuksia. Toinen asia, johon haluttiin muutosta, oli viestintä ja raportointi; viestien pitäisi välittyä oikealle taholle. Yksi ehdotus oli, että kysymykset aseteltaisiin kronologisesti. Eräs ehdotus oli, että pääkäyttäjän näkyvyyden voisi muokata niin, että hän näkisi jokaisen eri kohteen jonkin alueen kerralla. Kaikista kohteista saisi näkymän yhdellä kerralla esimerkiksi paloturvallisuudesta.

Kolmastoista kysymys oli: ”Oletteko kartoittaneet kaikki riskitekijät? (Käynyt kaikkien aihepiirien kysymykset läpi.)”. 43 % (12) vastasi ”kyllä”, 21 % (6) vastasi ”ei”, 14 % (4) vastasi ”osit-tain”, 14 % (4) vastasi ”suurimman osan” ja 7 % (2) vastasi ”melko huonosti” (kuvio 7). Syitä kysymyksiin vastaamatta jättämiseen oli se, että osa kysymyksistä toistuu tai on turhia vastaajien mielestä. Osa vastaajista koki itse täytettävien kohtien läpikäymisen kohta kerrallaan vaivalloiseksi ja tästä syystä usein jätettiin vastaamatta osaan kysymyksistä.



Kuvio 7: Riskitekijöiden kartoitus

Neljästoista kysymys oli tarkoitettu vain palvelu A:n palvelun käyttäjille, joita oli 71 % (20) kaikista kyselyyn vastanneista. Palvelusta selvitin, miten tarkasti käyttäjät ovat analysoineet esiin nousseet riskit. Tarvittaessa selvensin tätä kohtaa lisäkysymyksellä: ”Miten tarkasti olette täyttäneet kaikki kohdat, kuten toimenpide tai aikataulu?”. ”Ei kovin tarkasti” vastasi 50 % (10), ”osittain” vastasi 35 % (7) (riippuu yksiköstä ja täyttäjästä tai esim. aikataulu jätetty avoimeksi), ”en osaa sanoa” vastasi 10 % (2), ja ”hyvin tarkkaan” vastasi 5 % (1). Vastaukset on esitetty kuviossa 8.



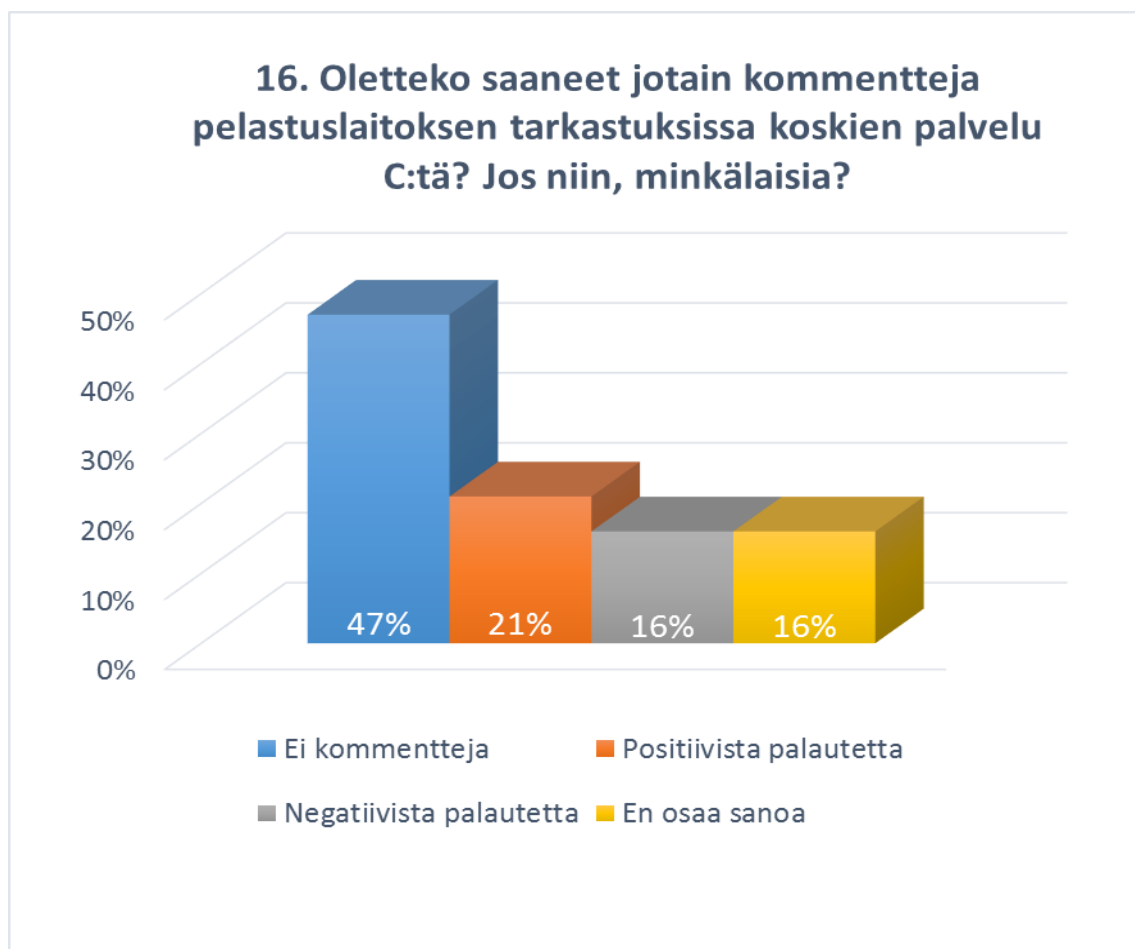
Kuvio 8: Esiin nousseiden riskien analysointi

Seuraava kysymys oli tarkoitettu vain kuudennen ohjelmistoversion käyttäjille, johon kuuluu Korjatut riskit-lisätoiminto. Tämä kohta auttoi selvittämään, osaavatko käyttäjät hyödyntää Korjatut riskit-toimintoa, kun he päivittävät tietojansa palveluun. Jätin kysymyksen avoimeksi. 38 % (5) vastasi kieltävästi, 23 % (3) vastasi myöntävästi ja 15 % (2) vastasi hyödyntävänsä toimintoa joskus sekä 23 % (3) ei osannut vastata (kuvio 9).



Kuvio 9: Korjatut riskit-toiminnon hyödyntäminen

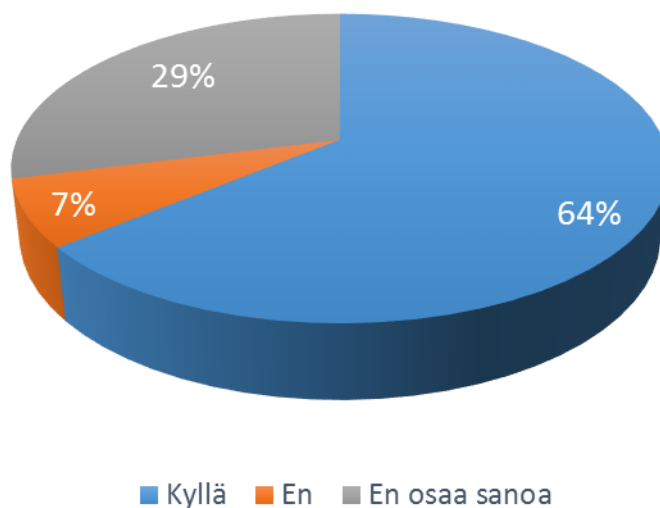
Kuudestoista kysymys liittyi vain palvelu C:hen. Kysyin, olivatko asiakkaat saaneet jotain kommentteja pelastuslaitoksen tarkastuksissa, jotka koskivat palvelu C:tä. Jos olivat niin, minkälaisia. Tämä kysymys oli myös avoin ja yleisimmät vastaukset on esitetty kuviossa 10. 47 % (9) vastasi kieltävästi, 37 % (7) vastasi myöntävästi ja 16 % (3) ei osannut sanoa. Vastaajista ne, jotka olivat saaneet kommentteja, niistä 21 % (4) olivat positiivisia eli kommentteina oli: ”ovat olleet tyytyväisiä”. 16 % (3) oli negatiivisia; ”Muutama täsmennys ja lisäys puuttuu.”, ”toivoivat poistumisturvallisuus kartoitusta. (Koskien hoitolaitosta)” ja ”Eri kohteissa tuotos kyseenalaistetaan, kaikkialla ei kelpaa. Tarkempi riskiarviointi ja poistumiskuvien liittäminen vaaditaan.”



Kuvio 10: Kommentit palvelusta C

Seitsemästoista kysymys oli ” Oletteko tietoinen yritys X:n muista palveluista?”. Vastausvaihtoehtoina olivat ”Kyllä”, ”En” ja ”En osaa sanoa”. Vastaaajista 64 % (18) vastasi myöntävästi, 7 % (2) vastasi kieltävästi ja 29 % (8) ei osannut vastata (kuvio 11).

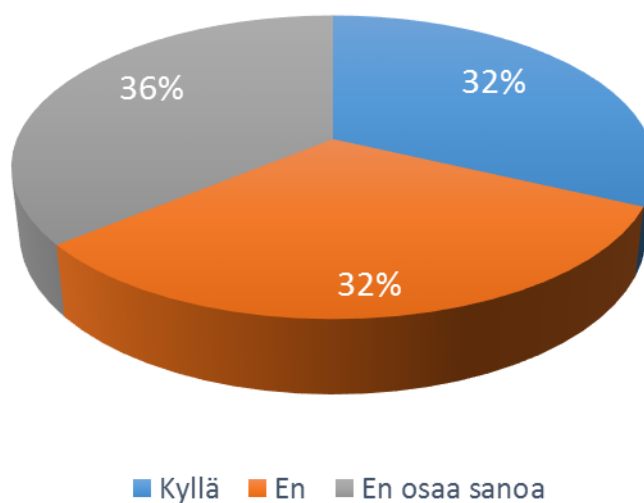
### 17. Oletteko tietoinen yritys X:n muista palveluista?



Kuvio 11: Tietoisuus yrityksen muista palveluista

Kahdeksastoista kysymys oli: ”Voisitteko harkita muiden palveluiden käyttöönottoa tai suositelua organisaatiossanne?”, johon vastausvaihtoehtoina olivat ”Kyllä”, ”En” ja ”En osaa sanoa”. Vastaajista 32 % (9) vastasi myöntävästi, 32 % (9) vastasi kielteisesti ja 36 % (10) ei osannut sanoa (kuvio 12).

### 18. Voisitteko harkita muiden palveluiden käyttöönottoa tai suositelua organisaatiossanne?



Kuvio 12: Kiinnostus yritys X:n muita palveluja kohtaan

Yhdeksästoista kysymys oli: ”Minkä muiden palveluiden käyttöönottoa tai suosittelua voisitte harkita?”. Vastaajista 7 % (2) osoitti mielenkiintonsa palvelu A:ta kohtaan, 11 % (3) vastaajista oli kiinnostuneita palvelusta B, 11 % (3) Palvelusta C, 7 % (2) Palvelusta D ja 7 % (2) oli kiinnostuneita Palvelusta E, jota ei vielä ole saatavissa.

Kahdeskymmenes ja viimeinen kysymys oli: ”Onko teillä jotain muuta kommentoitavaa?”, joka oli avoin kysymys. 18 % (5) vastaajista ei kommentoinut mitään. 11 % (3) vastaajista antoi positiivista palautetta. 25 % (7) antoi negatiivista palautetta. 18 % (5) vastaajista pyysi pitää enemmän parempaa yhteyttä. 29 % (8) vastaajista antoi kehitysehdotuksia. Negatiiviset palautteet ja kehitysehdotukset koskivat aiemmin käsiteltyjä asioita, esimerkkinä se, että palveluita olisi yksinkertaistettava ja kehitettävä helppokäyttöisemmäksi.

## 7 Kehitysehdotukset

Tutkimustulosten ja haastattelussa saatujen muiden kommenttien perusteella suunnittelin toimeksiantajalle kehitysehdotuksia yrityksen internetpohjaisiin palveluihin, eri tuotteisiin ja yleisesti liiketoiminnan hoitamiseen. Tutkimuksen tarkoituksena oli saada tietoa asiakkaiden kokemuksista palvelujen käytöstä ja heidän mielipiteitään palvelujen kehittämiseen. Näihin kysymyksiin sain vastauksia ja niiden pohjalta tehdyt kehitysehdotukset esittelin toimeksiantajalle. Tutkimuksen avulla selvitin, mitkä asiat kaipaavat yrityksen erityishuomiota. Kehitysehdotuksiin on listattu tärkeimmät ja toteutettavissa olevat asiat, joihin asiakkaat kaipaavat muutosta (taulukko 2).

Tutkimuksessa käyttäjät erosivat melko selkeästi. Toinen ryhmä olivat käyttäjät, jotka vierailivat palvelussa yhdestä kolmeen kertaan vuodessa ja toinen ryhmä ne, jotka hyödynsivät palveluja useamman kerran kuukaudessa, osa jopa viikoittain. Näillä kahdella eri käyttäjäryhmällä oli erilaisia toiveita palvelujen suhteen. Tästä syystä paras vaihtoehto palvelujen kehittämiseksi olisi muokata palvelut enemmän kunkin käyttäjän mukaisesti. Kyselyä tehtäessä esille nousi se, että asiakkaat kokivat samojen kysymysten toistuvan moneen kertaan eri tuotteiden välillä ja jopa saman tuotteen eri aihealueiden kysymyksissä. Osa kysymyksistä on pakollisia ja koska ne liittyvät eri aiheisiin, kysymykset eivät ole täysin samoja. Osa kysymyksistä koettiin asiaankuulumattomina omalle toimialalle tai omaan tarkoitukseen. Tämä korostui asiakkailla, joilla oli enemmän kuin yksi palvelu käytössään. Tuotteet voisi kohdentaa paremmin eri asiakkaille sopiviksi. Palvelut ja tuotteet voisi segmentoida paremmin esimerkiksi niin, että palvelun käyttöä aloitettaessa käyttäjältä kysyttäisiin joitain tausta- ja tarvekysymyksiä, joiden mukaan kysymyspaletit muokkautuisivat käyttäjän tarpeille soveltuvaksi kokonaisuudeksi ja samalla niin sanotut turhat kysymykset karsiutuisivat pois. Käyttäjiä on tietenkin muistutettava, että suurin osa kysymyksistä, asiakkaan itsetäytettävistä kohdista, on lakisääteisiä ja ne on kysyttävä. Palveluja voisi muokata myös niin, että silloin kun asiakkaalla on

useampi kuin yksi palvelu käytössään palvelut täydentäisivät toisiaan niin, että ne sulautuisivat yhdeksi palveluksi. Käytännössä tämä voisi toimia esimerkiksi niin, että asiakas pystyy ohittamaan osan kysymyksistä.

Tutkimuksen tulosten perusteella palvelujen käyttäjät toivoisivat pääkäyttäjälle enemmän hallinnointimahdollisuuksia. Eräs asia oli se, että pääkäyttäjä voisi itse hallinnoida ja muuttaa käyttäjätunnuksia sekä salasanoja. Tämä johtui siitä, että asiakkaat, jotka käyttävät palveluja harvoin, esimerkiksi vain kerran vuodessa, eivät muistaneet salasanoja ja uusien kysyminen tuotti heille vaivaa.

Muutosta haluttiin myös viestintään ja raportointiin palveluiden sisällä ja viestien pitäisi välittyä oikealle taholle. Palvelun käyttäjän kannalta olisi hyvä, jos tämä saisi jokaisen eri kohteen esimerkiksi paloturvallisuudesta yhtenäisen raportin, niin ettei jokaisen kohteen tilannetta tarvitse erikseen käydä katsomassa.

Yleisesti palveluista toivottiin yksinkertaisempia ja helpompikäyttöisempiä. Palveluista voisi kehittää muokattavamman ja joustavamman. Käyttäjällä voisi olla enemmän oikeuksia ja muokkausmahdollisuuksia esimerkiksi niin, että pääkäyttäjä saisi muokattua palvelua itselle sopivaksi esimerkiksi niin, että ”turhat kysymykset” voisi luvallisesti ohittaa ja omia tietoja täydentäviä tiedostoja voisi liittää osaksi raporttia.

Kun kyseessä on pieni yritys, jolla on asiakkaita 40 - 50 ja kaikki eri puolilta Suomea, yhteydenpito on tärkeää. Kyselyä tehtäessä moni asiakas toivoi parempaa yhteydenpitoa ja nopeampaa reagointia asiakkaiden yhteydenottoihin. Asiakassuhteiden hoitoon riittää esimerkiksi yhteydenpito puhelimitse. Asiakkaiden asioita ja tarpeita voi kartoittaa puhelinsoitolla vaikka kerran vuodessa. Tämä puhelu voisi olla ihan vain tiedustelua, onko asiakkaalla mitään ongelmia tai muuta kysyttävää. Samalla voisi tietysti markkinoida muita tuotteita.

Palvelujen graafisuudesta tuli asiakkailta muutama kommentti. Yrityksen verkkopalvelujen graafinen suunnittelu on melko alkeellista tällä hetkellä. Siihen panostamalla ja sitä parantamalla palveluja olisi miellyttävämpi käyttää. Mieluisuus asiakkaalle lisää käyttökokemuksen positiivisuutta, mikä edesauttaa asiakastyytyvää. Muutoksen ei tarvitse olla kovinkaan merkittävä, sillä yksinkertaisuus on hyvästä. Pienillä, hillityilläkin muutoksilla voi saada ihan eri vaikutelman. Yksi hyvä keino on käyttää värejä, esimerkiksi jotain taustaväriä, joka ei vie liikaa huomiota, mutta lisää mielekkyyttä.

Eräs toimeksiantajan yleiseen liiketoimintaan liittyvä kehitysehdotus on palvelujen käytön ja asiakkaiden kokemusten huomioiminen kehitystyössä. Tutkimuksessa nousi esille seurannan tarkeys. Kaikki uudistukset eivät aina ole toivottuja. Tämä johtuu osin tottumuksesta, kun



ohjelmistoversio päivitetään uuteen ja käyttäjä joutuu opettelemaan uuden järjestelmän käyttämistä. Ei siis kannata lähteä muuttamaan jo toimivia ominaisuuksia.

Palveluihin liittyvät kehitysehdotukset			
Palvelujen segmentointi	Pääkäyttäjän hallinnointi oikeudet	Palvelujen sisäinen viestintä	Palvelujen graafinen suunnittelu
Tausta- ja tarkeysymykset	Joidenkin kohtien ohittaminen kysymyspaletissa	Omien tiedostojen liittäminen osaksi raporttia	Palvelusivustojen värit yhtenäiseksi eri palvelujen kanssa; värikoodit
Palvelujen sulautuminen yhteen, kun käytössä useampi palvelu	Salasanojen ja käyttäjätunnusten hallinnointi oikeudet pääkäyttäjälle	Yhtenäinen raportti kaikkien kohteiden jostakin tietystä aihealueesta	Kaikkien sivustojen päivitys samaan formaattiin
	Näkyvyys eri kohteiden tiettyyn alueeseen	Aikataulu ja toimenpiteet pakolliseksi täyttää	Eheyty; lisää värejä, ulottuvuuksia, kuvia
Liiketoimintaan liittyvät kehitysehdotukset			
Asiakassuhteiden hoitaminen		Yrityksen brändi	
Palveluiden kehittämisen seuranta asiakkaiden näkökulmasta		Yrityksen internetsivujen ja palvelusivujen yhtenäisyys visuaalisesti	
Palvelunumero, josta joku tavoitettavissa ainakin arkisin esimerkiksi klo: 8.00 - 16.00		Sivustojen ylläpitämiseen ja graafiseen suunnitteluun panostaminen	
Säännöllinen yhteydenpito ja tiedottaminen puhelimitse, sähköpostitse tai yrityksen internetsivujen kautta		Parannukset ja muutokset suunnittelusta toteutukseen	
		Yrityksen yhteystietojen päivitys, puhelimeen vastaaminen	

Taulukko 2: Kehitysehdotukset

## 8 Arviointi

Opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa onnistunut kyselytutkimus. Tutkimustuloksista saatiin tietoa niihin tutkimusongelmiin, joihin oli tarkoituskin. Vastauksia saatiin siihen, miten asiakkaat käyttävät ja kokevat yrityksen palvelujen käytön. Tutkimustuloksia pystytään hyödyntämään yrityksen liiketoiminnan kehittämisessä. Kehitysehdotuksien siirtämistä toiminnalliselle tasolle on pohdittu yhdessä toimeksiantajan kanssa ja osa ideoista on toteutuksen suunnitteluvaiheessa.

Kyselyyn oli tarkoitus saada vastaus kaikilta 42:lta yrityksen asiakkaalta. Sain vastauksia 29, ja tavoittamatta jäi siis 13 asiakasta. Vastauksia jäi saamatta, koska en tavoittanut kaikkia asiakkaita puhelimitse tai sitten en vain saanut oikeaa henkilöä puhelimeen. Useimmat sopimuksiin nimetyt yhteyshenkilöt olivat vaihtuneet. Yhteyshenkilön ja yrityksen nimen avulla sain selvitettyä yhteystietoja internetin kautta. Vastausten keräämiseen käytin noin kolme viikkoa ja soitin yhdelle asiakkaalle enintään kolme kertaa päivässä. Osaa asiakkaista en siis tavoittanut missään vaiheessa ja aikataulussa pysyäkseen en voinut pitkittää kyselyaikaa. Kuitenkin jokainen asiakas, jonka tavoitin, vastasi kyselyyn.

Tutkimusta tehdessäni suoritin myös toisen työharjoittelun, mikä helpotti yhteistyötä ja kommunikointia toimeksiantajan kanssa. Tutkimuksen tekemiseen hankaluutta toi se, että toimeksiantaja olisi halunnut tutkimuksesta laajemman. Sain kuitenkin supistettua kyselylomakkeesta tiiviin kokonaisuuden, johon mahtuivat kaikki tutkimuksen kannalta merkittävät mittarit.

Tutkimuksen, kyselylomakkeen ja mittareiden rakentaminen oli tuttua, mutta aihe oli uusi. Työharjoittelua ja tutkimusta tehdessäni tutustuin turvallisuusalaan ja riskienhallintaan ensimmäistä kertaa ja niitä opiskelin eniten ennen tutkimuksen tekoa. Toinen melko tuntematon aihe oli ohjelmistot eli palvelut, joita yritys tarjosi. Opinnäytetyön tekemisen aikana ohjelmistopalveluihin ja turvallisuusalaan tuli perehdyttyä kunnolla.

Tutkimusta tehdessäni esille nousivat haastattelun hyvät puolet. Kysely oli puolistrukturoitu, jolloin haastattelu oli sopivin valinta. Tehokkain tapa toteuttaa se oli puhelimitse. Kukaan tavoitetuista asiakkaista ei kieltäytynyt vastaamasta eli suora kontakti toiseen ihmiseen puhelimitse nosti torjumisen kynnyistä huomattavasti. Asiakas tunsu itsensä tärkeäksi ja kuunnelluksi. Haastattelussa etua toi myös se, että pystyin heti vastaamaan heidän kysymyksiinsä. Asiakkailta oli kysymyksiä tai ongelmia, joihin he saivat heti vastauksia ja tietoa tulevista parannuksista. Tätäkin tärkeämpää on se, että nämä muutokset ja parannukset toteutetaan. Tutkimuksen tarkoituksena on hyödyntää asiakkailta kerättyä tietoa ja siirtää sitä operatiiviselle tasolle muutoksena parempaan.

Toimeksiantajan kommentit tutkimuksen loppuraportoinnin jälkeen olivat: ”Kokonaisuus oli erittäin tärkeä ja hyödyllinen. Ennen ei ole tehty vastaavaa. Asiakkaiden kontaktointi jo itsessään toi arvoa. Tulokset yllättivät. Oli tärkeää saada tietää asiakkaiden mielipiteitä ja ajatuksia palveluista ja yrityksestä itsestään”.

Tutkimuksen tuloksia voi hyödyntää myös valtakunnallisella tasolla. Vaikka yhteiskunta digitalisoituu ja verkkopalvelut sekä ohjelmistot hoitavat asioita, niin asiakkaat kaipaavat silti ihmiskontaktia. Asiakkaat eivät halua lähetellä sähköpostia tai virheraportteja, vaan he haluavat henkilön, joka vastaa puhelimeen heti ja on valmis auttamaan.

Opinnäytetyön tekemisen aikana opin sen, että vaikka kyselyn tekemiseen varaisi omasta mielestä tarpeeksi aikaa, se ei välttämättä riitä. Opin myös sen, että tutkimuksen aiheen rajaamisesta on pidettävä kiinni, on keskityttävä vain oleelliseen eli siihen asiaan, mitä halutaan mitata.

## Lähteet

- Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) 2010. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. 3.painos. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. painos. Helsinki: Tammi.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Helsinki University Press.
- Hopkin, P. 2012. Fundamentals of risk management, understanding, evaluating and implementing effective risk management. 2. painos. London: CPI Group.
- Ilmonen, I., Kallio, J., Koskinen, J. & Rajamäki, M. 2010. Johda riskejä. Käytännön opas yrityksen riskienhallintaan. Helsinki: Tammi.
- Juvonen, M., Koskensyrjä, M., Kuhanen, L., Ojala, V., Pentti, A., Porvari, P. & Talala, T. 2014. Yrityksen riskienhallinta. Helsinki: FINVA.
- Jääskeläinen, J. 2010. Verkkopalvelun ostajan opas. Helsinki: Talentum.
- Kerko, P. 2001. Turvallisuusjohtaminen. Jyväskylä: Wsoy.
- Keränen, V., Lamberg, N. & Penttinen, J. 2006. Web-julkaiseminen ja multimedia. Jyväskylä: Wsoy.
- Kuutti, W. 2003. Käytettävyys, suunnittelu ja arviointi. Helsinki: Talentum.
- Laaksonen, S., Matikainen, J. & Tikka, M. (toim.) 2013. Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Tampere: Vastapaino.
- Leppänen, J. 2006. Yritysturvallisuus käytännössä. Turvallisuusjohtamisen portfolio. Helsinki: Talentum.
- Metsämuuronen, J. 2006. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä 3. laitos. 2. painos. Helsinki: International Methelp.
- Metsämuuronen, J. 2008. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä 2. laitos. 4. painos. Helsinki: International Methelp.
- Metsämuuronen, J. 2009. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä 4. laitos. Helsinki: International Methelp.
- Metsämäki, M. 2000. Verkkopalvelun suunnittelu. Helsinki: Edita.
- Mäkinen, K. 2007. Organisaation strateginen kokonaisturvallisuus. Helsinki: Edita.
- Paananen, J. (toim.) 2005. Tietotekniikan peruskirja. Jyväskylä: Docendo.
- Paavola, H. 2006. Asiakasuskollisuuden jaetut merkitykset. Tampere: Tampere University Press.
- Pesonen, H., Lehtonen, J. & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Markkinointia, viestintää, psykologiaa. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Pyyhtiä, T., Roponen, S., Seppä, M., Relander, T., Vastamäki, R., Korpi, J., Filenius, M., Sulin, K. & Engberg, J.
- Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. (toim.) 2005. Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino.

Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. (toim.) 2010. Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino.

Sinkkonen, I., Kuoppala, H., Parkkinen, J. & Vastamäki, R. 2006. Käytettävyyden psykologia. 3. painos. Helsinki: Edita.

Sinkkonen, I., Nuutila, E. & Törmä, S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Helsinki: Tietosanoma.

Storbacka, K. & Lehtinen, J. R. 2002. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkaiden armoilla. 5. painos. Helsinki: Wsoy.

Storbacka, K., Blomqvist, R., Dahl, J. & Haeger, T. 2003. Asiakkuuden arvon lähteillä. 2. painos. Helsinki: Wsoy.

Suominen, A. 2003. Riskienhallinta. 3. painos. Helsinki: Wsoy.

Tikkanen, S., Aapio, L., Kaarnalehto, A., Kammonen, L., Laitinen, J., Mikkonen, J. & Pisto M. H. 2011. Ammattina turvallisuus. 2. painos. Helsinki: Wsoy.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2010. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. 4. painos. Helsinki: Edita.

Wiio, A. 2004. Käyttäjäystävällisen sovelluksen suunnittelu. Helsinki: Edita.

## Kuvat

Kuva 1: Asiakastyytyväisyyden mittausprosessi (Lotti 2001, 69.) .....	9
Kuva 2: Tutkimusprosessin viisi tarkennettua vaihetta (Hirsjärvi, Remes & Saja-vaara 2009, 64.) .....	10

## Kuviot

Kuvio 1: Asiakkaiden käytössä olevat palvelut.....	27
Kuvio 2: Palvelujen käytön helppous tai vaikeus.....	28
Kuvio 3: Ominaisuuksia lisättäväksi tai poistettavaksi .....	30
Kuvio 4: Palvelujen käyttöohjeiden lukeminen.....	31
Kuvio 5: Parannus- ja kehitysehdotuksia palveluihin .....	32
Kuvio 6: Pääkäyttäjän näkymän lisääminen.....	33
Kuvio 7: Riskitekijöiden kartoitus.....	34
Kuvio 8: Esiin nousseiden riskien analysointi.....	35
Kuvio 9: Korjatut riskit-toiminnon hyödyntäminen .....	36
Kuvio 10: Kommentit palvelusta C .....	37
Kuvio 11: Tietoisuus yrityksen muista palveluista .....	38
Kuvio 12: Kiinnostus yritys X:n muita palveluja kohtaan .....	38

## Taulukot

Taulukko 1: Aikataulu .....	25
Taulukko 2: Kehitysehdotukset .....	41



## Liitteet

Liite 1 Kyselylomake .....	50
----------------------------	----

## Liite 1 Kyselylomake

Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja tutkimuksen tulokset julkaistaan anonymisti.

Tämä kysely on tehty uusien tuotteiden ja uuden ohjelmistoversion kehittämisen avuksi. Yritys X tähtää uudistumisellaan asiakaslähtöisyyteen ja palvelujen helppokäyttöisyyteen. Asiakaiden mielipiteet ovat ratkaisevia palveluja suunniteltaessa.

### Taustatiedot

1. Mikä ohjelmistoversio organisaatiollanne on käytössä?

Viides (5.) versio.

Kuudes (6.) versio.

2. Mitä yritys X:n palveluja organisaatiollanne on tällä hetkellä käytössä?

Palvelu A

Palvelu B

Palvelu C

Palvelu D

3. Ketkä henkilöt organisaatiossanne käyttävät yritys X:n palveluja?

4. Ketkä henkilöt organisaatiossanne tekevät päätökset liittyen turvallisuuspalvelujen hankintaan?

### Palvelujen käyttö

5. Miksi useimmiten käytätte palveluja? (Tietojen päivitys, muutokset tms.)

6. Miten helppoa tai vaikeaa arvioisitte palvelujen käytön olevan omasta mielestänne asteikolla 1-4, jos 1 = helppoa ja 4 = vaikeaa?

1 = helppoa

2 = melko helppoa

3 = melko vaikeaa

4 = vaikeaa

7. Onko palvelujen käytössä ilmennyt jotain ominaisuuksia, joita haluaisitte lisätä tai poistaa?

8. Oletteko lukeneet palvelujen käyttöohjeet?

Kyllä

En

Osittain  
Vilkaisu

9. Jos luitte, oliko niistä apua? Perustelut. (Jos oli, niin mitä? Jos ei ollut, niin miksei?)

10. Onko teillä muita parannus- tai kehitysehdotuksia koskien yritys X:n palveluita? Jos on, niin mitä?

Palvelukohtaiset kysymykset

11. Toivoisitteko pääkäyttäjällä olevan enemmän näkymää siihen, mitä eri yksiköissä on tehty ja kuinka huolellisesti?

Kyllä

En

Vähän enemmän

Paljon enemmän

12. Onko jotain muuta, mitä pääkäyttäjä tarvitsisi? Jos niin, mitä?

13. Oletteko kartoittaneet kaikki riskitekijät? (Käynyt kaikkien aihepiirien kysymykset läpi.)

Palvelu A:han liittyvät kysymykset

14. Miten tarkasti olette analysoineet esiin nousseet riskit? (Miten tarkasti olette täyttäneet kaikki kohdat, kuten toimenpide ja aikataulu?)

Kysymys kuudennen ohjelmistoversion palvelu A:n käyttäjille

15. Kun päivitätte riskien kartoitus tietoja niin hyödynnättekö Korjatut riskit-toimintoa? (Esiin noussut korjattu riskitekijä siirtyy Korjatut riskit-listalle.)

Palvelu C:hen liittyvä kysymys

16. Oletteko saaneet jotain kommentteja pelastuslaitoksen tarkastuksissa koskien palvelua C? Jos niin, minkälaisia?

Lopuksi

17. Oletteko tietoinen yritys X:n muista palveluista?

Kyllä

En

En osaa sanoa

18. Voisitteko harkita muiden palveluiden käyttöönottoa tai suosittelua organisaatiossanne?

Kyllä

En

En osaa sanoa

19. Minkä muiden palveluiden käyttöönottoa tai suosittelua voisitte harkita?

Palvelu A

Palvelu B

Palvelu C

Palvelu D

Palvelu E

En osaa sanoa

20. Onko teillä jotain muuta kommentoitavaa?

Tietojen lähetys

Kiitos vastauksista!

Järjestelmänä Eduix E-lomake 3.1, [www.e-lomake.fi](http://www.e-lomake.fi)